



Informazioni generali sul Corso di Studi

Università	Università degli Studi di MACERATA
Nome del corso in italiano	Management e Marketing Internazionale (<i>IdSua:1590067</i>)
Nome del corso in inglese	Management and International Marketing
Classe	LM-77 - Scienze economico-aziendali
Lingua in cui si tiene il corso	italiano, inglese
Eventuale indirizzo internet del corso di laurea	https://economiaediritto.unimc.it/it/didattica/offerta-didattica/magistrale-mmi/MIF
Tasse	https://www.unimc.it/it/iscrizione-e-carriera/tasse-contributi/come-quando-pagare
Modalità di svolgimento	a. Corso di studio convenzionale



Referenti e Strutture

Presidente (o Referente o Coordinatore) del CdS	BARCHIESI Luca
Organo Collegiale di gestione del corso di studio	Consiglio unificato dei corsi di studio delle classi LM-77 (Scienze economico-aziendali) e LM-16 (Finanza)
Struttura didattica di riferimento	Economia e diritto (Dipartimento Legge 240)

Docenti di Riferimento

N.	COGNOME	NOME	SETTORE	QUALIFICA	PESO	TIPO SSD
1.	BARCHIESI	Luca		PO	1	
2.	BARTOLACCI	Francesca		PA	1	

3.	FRADEANI	Andrea	PA	1
4.	PERRI	Stefano	PO	1
5.	RICCI	Miria	RU	1
6.	SILVESTRELLI	Patrizia	PA	1
7.	TROPEANO	Domenica	PA	1

Rappresentanti Studenti	Acciarresi Gemma g.acciarresi1@studenti.unimc.it
Gruppo di gestione AQ	Luca Barchiesi Francesca Bartolacci Roberto Del Gobbo Miria Ricci Patrizia Silvestrelli Ludovica Spadoncelli
Tutor	Francesca BARTOLACCI Paolo RAMAZZOTTI Andrea FRADEANI Stefano PERRI Miria RICCI

Il Corso di Studio in breve

29/05/2023

Il corso ha l'obiettivo di far acquisire agli studenti le conoscenze, le abilità e la visione d'insieme necessari per operare con ruoli manageriali all'interno di aziende (anche attive in mercati internazionali), accedere alla professione di dottore commercialista, lavorare in società di consulenza, intraprendere l'attività d'impresa e, più in generale, orientarli nello sviluppo progressivo di capacità di problem-solving, in contesti economici dinamici e mutevoli.

Il progetto formativo del corso di laurea magistrale prevede specifici insegnamenti volti a sviluppare solide competenze strategiche, amministrativo-contabili, gestionali, di finanza e di marketing affiancati da corsi idonei a sviluppare conoscenze e capacità applicative in tema di analisi economica, analisi dei dati, cyber security, sostenibilità, diritto societario e della crisi d'impresa, diritto tributario, diritto industriale e diritto dei contratti (con particolare attenzione agli sviluppi digitali e internazionali).

In particolare, il percorso formativo vuole formare due profili di laureati.

Nel primo si offre un percorso di apprendimento pensato per chi si prepara ad assumere ruoli direttivi in impresa o voglia accedere alla professione di dottore commercialista e, più in generale, svolgere consulenza in ambito aziendale. Per questo profilo di laureato le competenze amministrativo-contabili e gestionali (strategie aziendali, principi contabili internazionali, finanza aziendale, aggregazioni aziendali e bilancio consolidato, operazioni straordinarie, ecc.) saranno integrate da insegnamenti di area giuridica (diritto societario, diritto della crisi d'impresa nonché reddito d'impresa e pianificazione fiscale internazionale) e da conoscenze negli ambiti del digitale e della sostenibilità.

Coloro che decidono di intraprendere la libera professione hanno la possibilità di usufruire della convenzione che il Dipartimento di Economia e Diritto ha stipulato con gli Ordini dei Dottori Commercialisti ed Esperti Contabili di Macerata e

Camerino, di Fermo e di Ascoli Piceno (in esecuzione della Convenzione Quadro tra MIUR e CNDCEC del 2014); tale convenzione consente agli studenti del Corso di laurea magistrale della LM-77 di: svolgere il tirocinio professionale in concomitanza con l'ultimo anno del corso di studio (sei mesi); di essere esonerati dalla prima prova scritta dell'Esame di Stato per Dottore Commercialista o Esperto Contabile, seguendo un piano di studi che rispetti alcuni requisiti minimi in termini di cfu in specifici SSD (come specificato nella Convenzione).

Il secondo percorso formativo nasce dalla consapevolezza che la pressione competitiva e la diffusione delle tecnologie digitali hanno accresciuto sensibilmente l'importanza del marketing all'interno delle imprese, sia in un contesto locale che internazionale, e ne hanno ampliato le aree di competenza. In linea con tale evoluzione, il secondo profilo di laureato è ascrivibile a quello di un professionista o di un manager operativo nelle diverse macroaree di attività del marketing e dell'export management, che richiedano competenze multidisciplinari, digitali e internazionali.

Link: <https://economiaediritto.unimc.it/it/didattica/offerta-didattica/magistrale-mmi/MIF>



QUADRO A1.a

Consultazione con le organizzazioni rappresentative - a livello nazionale e internazionale - della produzione di beni e servizi, delle professioni (Istituzione del corso)

15/02/2022

Considerate le indicazioni emerse attraverso i canali di consultazione periodici che le Facoltà, ad oggi Dipartimenti, hanno attivato con le rappresentanze di categoria, gli obiettivi formativi e professionalizzanti del presente corso di studi sono stati valutati positivamente dalle organizzazioni rappresentative del mondo della produzione, dei servizi e delle professioni ai sensi del D.M. 270/2004, art. 11, c. 4, nella seduta plenaria di consultazione del 4 dicembre 2013.

A seguito di successive consultazioni e all'analisi delle attuali esigenze del mercato del lavoro, il Dipartimento ha ritenuto opportuno rivedere il percorso formativo, al fine di renderlo maggiormente focalizzato sulla formazione di specifiche professionalità.

In particolare, le consultazioni con il Comitato di Indirizzo Permanente (organismo istituito nella seduta del consiglio di Dipartimento di Economia e Diritto del 13 febbraio 2019) – avvenute il 16 giugno 2021 e il 20 ottobre 2021 – hanno consentito di raccogliere importanti suggerimenti e delineare un percorso formativo che offre insegnamenti altamente specializzanti e in grado di fornire agli studenti le conoscenze e competenze necessarie per svolgere attività di gestione e direzione aziendale sia da un punto di vista strategico che operativo.

In particolare, le modifiche portate al piano di studi incontrano alcune specifiche indicazioni dei componenti del Comitato di Indirizzo Permanente, che sono prevalentemente quelle di:

- sviluppare la dimensione internazionale del corso di laurea magistrale, dal punto di vista sia dei temi trattati all'interno degli insegnamenti, sia dell'utilizzo della lingua inglese;
- inserire insegnamenti che forniscano conoscenze di 'policy evaluation', finalizzate alla pianificazione e implementazione delle strategie di sviluppo territoriale e internazionale;
- creare opportunità per gli studenti di svolgere esperienze all'estero mediante programmi finalizzati ad acquisire non solo conoscenze tecniche, ma anche capacità relazionali in un contesto sempre più internazionalizzato;
- inserire insegnamenti che forniscano la conoscenza degli strumenti di finanza agevolata e le competenze per comprendere le procedure relative ai bandi europei;
- incrementare il peso delle tematiche digitali, dell'economia sostenibile e dell'innovazione;
- istituire attività laboratoriali, finalizzate a sviluppare gli aspetti 'pratici' del management e fornire agli studenti istruzioni e competenze tecniche.

Pdf inserito: [visualizza](#)



QUADRO A1.b

Consultazione con le organizzazioni rappresentative - a livello nazionale e internazionale - della produzione di beni e servizi, delle professioni (Consultazioni successive)

14/06/2023

Il corso di laurea magistrale in Management e Marketing Internazionale (MMI) ha consolidato un sistema strutturato di consultazione degli stakeholder, che deriva dall'esperienza acquisita nell'ambito del precedente Corso di Studio (CdS) in Consulenza e Direzione Aziendale (CDA), con lo scopo di assicurare una raccolta sistematica di indicazioni e proposte provenienti dal mondo economico per confermare e/o modificare il percorso formativo. Infatti, periodicamente vengono

esaminati i profili professionali dei possibili contesti lavorativi di riferimento del CdS. A tal fine vengono utilizzate le seguenti modalità:

- incontri in presenza con i rappresentanti dei diversi settori economici;
- consultazione di documenti (studi di settore);
- somministrazione di questionari.

Tale processo è gestito dal Comitato di Indirizzo Permanente (CIP) del CdS, organismo istituito nella seduta del consiglio di Dipartimento di Economia e Diritto del 13 febbraio 2019. Il CIP, andando a sostituire il preesistente Comitato di Consultazione per i Rapporti con il Territorio (definito dal Dipartimento di Economia e Diritto nel 2016), si pone l'obiettivo di migliorare e rendere sistematiche le consultazioni con le parti sociali interessate e, dunque, agevolare l'aggiornamento del percorso formativo nel tempo.

Dalla sua costituzione, la composizione del CIP è stata integrata e modificata periodicamente con lo scopo di favorire una maggiore rappresentatività, continuità e focalizzazione sul singolo CdS.

Nel recente Consiglio Unificato dei Corsi Studio (LM-77 e LM-16) del 4 aprile 2023, sono stati identificati i nuovi componenti del CIP, che comprende sia alcuni docenti interni al Dipartimento sia esponenti del mondo professionale, finanziario, industriale e commerciale. L'intento è di aggiornare costantemente la composizione del Comitato in modo che questo possa riflettere le conoscenze disciplinari più avanzate, anche in relazione ai cicli di studio successivi, compreso il Dottorato di Ricerca.

Un processo di consultazione delle parti sociali più rappresentativo, continuo e focalizzato consentirà di avere una migliore informazione circa la percezione del CdS all'esterno, utile ad indirizzare sia le attività di orientamento che di modifica dell'ordinamento. Il consolidamento dell'attività di consultazione dei portatori di interessi riguarderà quindi i seguenti aspetti:

- rappresentatività, con il coinvolgimento diretto di imprenditori, manager e professionisti;
- continuità, grazie all'organizzazione almeno di un incontro annuale;
- focalizzazione, mediante l'organizzazione di incontri esclusivi rivolti a verificare la congruità del percorso formativo del CdS rispetto ai potenziali sbocchi professionali.

L'obiettivo che si vuole realizzare consiste nel rafforzare l'attività di consultazione del CdS per raccogliere informazioni utili e aggiornate sulle funzioni e sulle competenze dei profili professionali più richiesti dal mondo economico, da poter recepire anche in relazione ad un progetto di revisione del CdS da attuare in futuro. Per questa ragione, risultano fondamentali sia agli incontri in presenza sia i documenti inerenti agli studi di settore e sulla previsione del fabbisogno di occupati.

Nell'ambito delle attività svolte nel Dipartimento di Economia e Diritto, il progetto "Vivi 5 giorni da manager" si configura come un'iniziativa efficace sia ai fini dell'ampliamento e rafforzamento delle relazioni con gli stakeholder locali (con particolare riferimento alle imprese), sia ai fini del percorso formativo degli studenti, i quali, partecipando a questa attività, hanno la possibilità di sperimentare la realtà aziendale e di assistere allo svolgimento delle attività economico-aziendali. L'iniziativa si è rivelata un efficace strumento per raccogliere le istanze delle organizzazioni del territorio, nonché per fornire agli studenti alcune conoscenze preliminari e competenze professionali, che potranno essere utili quando si inseriranno nel mondo del lavoro.

Con riferimento agli incontri in presenza del CIP, sono stati determinanti le riunioni del 29 maggio e del 18 ottobre 2019. In generale, nei due incontri i diversi interlocutori suggerivano alcuni ambiti formativi di particolare rilevanza: marketing, digitalizzazione, organizzazione aziendale, controllo di gestione, reti di imprese, innovazione, strategie aziendali, economia del territorio, fondi comunitari, crowdfunding e più in generale la finanza a supporto della creazione e dello sviluppo delle imprese. Veniva sottolineata l'importanza della formazione linguistica, meglio se supportata da esperienze di studio all'estero (anche grazie al programma Erasmus). Si è manifestata l'esigenza di offrire una formazione trasversale che possa riguardare lo studio degli aspetti culturali e sociali nella gestione delle relazioni e delle negoziazioni con gli interlocutori stranieri. In particolare, in Confartigianato hanno svolto una ricerca sui fabbisogni formativi. Dall'analisi di 50 questionari sono emerse le seguenti priorità nella formazione (che confermano in parte gli aspetti sopra menzionati): marketing e marketing digitale, utilizzo di nuove piattaforme nella commercializzazione (e-commerce), block chain, analisi dei big data, cyber security.

In particolare, il CIP ha rilevato che alcuni temi sono stati presi in esame in fase di progettazione dei CdS triennali, con specifico riferimento a quello afferente alla Classe di Laurea L-33; per quanto riguarda gli altri temi, di natura più aziendalistica e finanziaria, i componenti del CIP hanno suggerito di inserirli nel CdS specialistico, a fronte di una eventuale modifica dell'ordinamento.

Alla luce delle indicazioni acquisite nell'ambito delle consultazioni sopra indicate, il corso di laurea magistrale (allora Consulenza e Direzione Aziendale) era risultato complessivamente coerente con le esigenze del sistema socio-economico e adeguatamente strutturato al proprio interno. Tuttavia, i suggerimenti del CIP hanno stimolato una riflessione su una possibile rivisitazione degli obiettivi formativi e dei contenuti, perseguendo un duplice fine: 1) fornire un adeguato percorso formativo a livello magistrale per gli studenti che si laureano nei CdS triennali offerti dal Dipartimento di Economia e Diritto; 2) rendere il CdS magistrale sempre più rispondente alle nuove esigenze formative espresse dal mercato del lavoro. È stata pertanto implementata una modifica dell'ordinamento e l'impianto del CdS è stato revisionato almeno da due punti di vista:

- 1) pur mantenendo due distinti curricula, ne è stata parzialmente modificata la 'natura' e, quindi, l'obiettivo formativo;
- 2) sono stati inseriti nuovi contenuti (sia nuovi insegnamenti sia modificazioni in quelli già esistenti), più rispondenti alle nuove professionalità richieste dalle imprese e dal mercato del lavoro in genere.

Al fine di valutare l'efficacia del nuovo percorso formativo, è stata successivamente avviata un'ulteriore consultazione con il CIP il 16 giugno 2021, in occasione della quale è stata presentata una prima bozza del nuovo CdS ed è stato possibile raccogliere importanti suggerimenti, con particolare riferimento alla necessità di fornire agli studenti conoscenze e competenze in relazione a: internazionalizzazione, gestione e sviluppo dei territori (policy evaluation), digital marketing, problematiche fiscali e doganali nel commercio internazionale, block chain, digitalizzazione e lingue straniere (inglese in particolare).

In occasione della consultazione successiva con il CIP, avvenuta il 20 ottobre 2021, è stato presentato il piano di studi del CdS – denominato Management e Marketing Internazionale (MMI) – aggiornato e rivisto sulla base delle osservazioni emerse nel precedente incontro. Le parti sociali hanno evidenziato che il percorso formativo è rispondente alle attuali esigenze del mercato del lavoro e gli insegnamenti proposti (alcuni svolti interamente in lingua inglese) risultano molto utili per formare futuri manager che intendono svolgere attività dirigenziali nelle imprese manifatturiere, commerciali e di servizi, anche a livello internazionale. Con riferimento agli incontri del CIP, si rinvia ai verbali delle riunioni del 16 giugno 2021 e del 20 ottobre 2021 per l'elenco dei partecipanti e i contenuti delle discussioni.

L'offerta didattica offerta nel CdS in MMI risulta congruente con le esigenze di professionalità richieste dal mercato del lavoro, anche sulla base di quanto emerge dagli studi sui fabbisogni occupazionali.

Nel corso degli anni, le consultazioni documentali hanno preso in esame il documento annuale "Previsione dei fabbisogni occupazionali e professionali in Italia a medio termine" redatto da Unioncamere in collaborazione con l'ANPAL (Agenzia Nazionale Politiche Attive del Lavoro). Il documento è ritenuto, anche nelle precedenti consultazioni, di particolare rilevanza e utilità, poiché formula previsioni relative al fabbisogno di occupati nel prossimo quinquennio dettagliate per settore, tipologia di occupazione, professioni e principali corsi di studio; per questo di anno in anno vengono consultate ed esaminate le più recenti versioni. Nella parte in cui viene analizzato il rapporto tra domanda ed offerta di laureati per indirizzo di studi, già da alcuni anni si prospetta una possibile carenza di offerta di laureati del gruppo economico-statistico, evidenziando un eccesso di domanda sull'offerta. Da ciò emerge come, in termini prospettici, alla scelta degli studenti di iscriversi al CdS dovrebbero conseguire buone prospettive di ingresso nel mercato del lavoro.

Nell'ultima versione del documento, redatta nel 2022 (analisi del quinquennio 2022-2026), si evidenzia che la previsione di crescita dello stock occupazionale per effetto dell'espansione economica tra il 2022 e il 2026 è compresa tra 1,3 milioni e 1,7 milioni a seconda dello scenario considerato (la previsione di fabbisogno di laureati per il quinquennio 2021-2025 era stato calcolato intorno a 1,2 milioni di unità). Nel dettaglio, il grado di espansione della domanda dei dipendenti dei settori privati potrà variare tra 945mila e 1,3 milioni nel quinquennio, mentre per i lavoratori autonomi si stima un aumento dello stock tra 305mila e 418mila occupati e per i dipendenti pubblici di circa 44mila unità. Per quanto riguarda l'industria, questa esprimerà una domanda di lavoratori compresa tra 293mila e 438mila unità, mentre i servizi tra 976mila e 1,2 milioni di occupati, ma occorre sottolineare che si stimano tassi di crescita medi annui simili per i due macrosettori. (https://www.anpal.gov.it/documents/552016/586456/report_previsivo_Excelsior_2022-26.pdf/33487145-b93d-8594-46bef65b1f26b75d?t=1644593762030).

Queste tendenze confermano che l'offerta formativa del CdS – orientata a fornire conoscenze e competenze sui temi della sostenibilità, digitalizzazione e innovazione – non solo presenta insegnamenti altamente professionalizzanti, ma è anche coerente con gli attuali trend del mercato del lavoro. Da ciò emerge come, in termini prospettici, alla scelta degli studenti di iscriversi al CdS dovrebbero conseguire buone prospettive di ingresso nel mercato del lavoro.

Nonostante la ripresa economica sia ancora permeata da qualche incertezza legata all'evoluzione della situazione epidemiologica, alcune tendenze emergono con chiarezza:

- 1) accentuazione delle caratteristiche tecnologiche dell'occupazione – la pandemia ha non solo dato un impulso a tutte le tecnologie di comunicazione ma ha anche incrementato la produttività dei settori e delle professioni che utilizzavano le tecnologie digitali con maggiore intensità;
- 2) la ripresa economica del 2021 indica prospettive di crescita di tutti i settori, con particolare riferimento ai comparti del made in Italy, quali la meccatronica, il settore del mobile e dell'arredamento e della moda, che beneficeranno anche dell'incremento delle esportazioni;
- 3) crescita occupazionale nei settori maggiormente interessati dalla transizione ecologica, come la meccatronica (in particolare i settori elettrico ed elettronica), l'agroalimentare, l'arredamento e le costruzioni, ma il fenomeno green riguarderà in modo trasversale la maggior parte delle attività economiche.

Sulla base di quanto emerso e vista l'importanza di un costante monitoraggio dell'efficacia e congruenza dell'offerta formativa, il Consiglio di Classe del CdS ha pianificato un prossimo incontro con i componenti del CIP entro luglio 2023. Il fine dell'incontro è finalizzato a:

- a) effettuare una valutazione delle attività svolte nel 1° anno del CdS in Management e Marketing Internazionale (il CdS è entrato a regime nell'a.a. 2022-2023);
- b) accogliere suggerimenti e indicazioni dalle parti sociali con l'obiettivo di portare miglioramenti e integrazioni all'attuale percorso formativo;
- c) valutare l'opportunità di inserire nel CIP professionisti ed operatori economici non italiani, che possano fornire suggerimenti sulla possibilità di sviluppare la dimensione internazionale del CdS (valutando l'opzione di modificare un curriculum ed erogarlo interamente in lingua inglese), rendendo in tal modo l'offerta formativa attrattiva anche per gli studenti internazionali.

Link: <http://>

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Verbali consultazioni Comitato di Indirizzo Permanente



QUADRO A2.a

Profilo professionale e sbocchi occupazionali e professionali previsti per i laureati

Esperto in Management e Consulenza Aziendale

funzione in un contesto di lavoro:

Lo studente che sceglie questo percorso formativo avrà modo di svolgere (in posizione di lavoro dipendente o autonomo) le seguenti principali funzioni:

- amministratore di società;
- responsabile amministrativo;
- responsabile della finanza;
- manager/quadro nelle aree amministrazione e finanza;
- dottore commercialista;
- consulente aziendale.

competenze associate alla funzione:

Grazie all'acquisizione delle nuove conoscenze, degli strumenti metodologici e delle numerose esperienze applicative condotte durante il corso di laurea magistrale, i laureati che hanno scelto questo percorso sono in grado di applicare conoscenze e capacità in relazione a:

- progettazione, implementazione e valutazione delle strategie aziendali (competenze in tema di modelli di business,

analisi della congiuntura e della fattibilità delle scelte);

- comunicazione economico-finanziaria e di sostenibilità (competenze in tema di principi contabili internazionali, bilancio consolidato e reportistica sulla sostenibilità);
- progettazione, implementazione e valutazione della governance societaria e gestione della crisi d'impresa (competenze in tema di diritto societario e crisi d'impresa);
- gestione dell'area finanza (competenze nell'utilizzo degli strumenti e delle metodologie per la gestione degli aspetti finanziari);
- gestione delle problematiche fiscali (competenze in tema di reddito d'impresa e di pianificazione fiscale internazionale);
- utilizzo degli strumenti digitali (competenze nell'analisi e utilizzo dei dati nonché in tema di sicurezza informatica, blockchain e digitalizzazione dei bilanci);
- utilizzo delle operazioni straordinarie (competenze in tema di operazioni straordinarie);
- conoscenza e applicazione delle competenze linguistiche (in particolare l'inglese, ma anche lingue orientali).

sbocchi occupazionali:

Le competenze e le conoscenze acquisite consentono l'inserimento in numerosi contesti professionali come:

- imprese di qualsiasi settore economico;
- libera professione, in particolare dottore commercialista;
- società fra professionisti e di consulenza;
- pubblica amministrazione;
- attività imprenditoriale.

Esperto in Export Management e Marketing Internazionale

funzione in un contesto di lavoro:

Lo studente che sceglie questo percorso formativo avrà modo di svolgere (in posizione di lavoro dipendente o autonomo) le seguenti principali funzioni:

- export manager;
- responsabile delle analisi di mercato e delle opportunità di investimento diretto all'estero;
- responsabile delle attività di ricerca e sviluppo;
- responsabile dell'innovazione e sviluppo prodotti;
- responsabile della comunicazione;
- responsabile dell'area commerciale e della logistica;
- responsabile degli acquisti;
- supporto per la gestione delle problematiche giuridiche del commercio internazionale;
- consulente aziendale.

competenze associate alla funzione:

Grazie all'acquisizione delle nuove conoscenze, degli strumenti metodologici e delle numerose esperienze applicative condotte durante il corso di laurea magistrale, i laureati che hanno scelto questo percorso sono in grado di applicare conoscenze e capacità in relazione a:

- gestione delle attività di esportazione e degli accordi internazionali (competenze nella analisi e valutazione delle opportunità di mercato e gestione delle attività produttive e commerciali internazionali);
- gestione dei processi innovativi (competenze nella raccolta ed elaborazione dei dati economici, utilizzo dei sistemi informativi e gestione dei processi di digitalizzazione);
- pianificazione e implementazione delle strategie di marketing internazionale (competenze inerenti allo studio del mercato, allo sviluppo del prodotto e alla strategia di posizionamento nei mercati esteri);
- utilizzo degli strumenti di comunicazione digitale e di web marketing (competenze inerenti all'utilizzo di strumenti digitali a supporto dell'immagine aziendale, della promozione dei prodotti e della commercializzazione);
- gestione delle attività commerciali (competenze nell'analisi e definizione delle politiche distributive, anche digitali; competenze nella risoluzione dei problemi di logistica internazionale) e produttive internazionali (definizione di politiche di fusione e acquisizione di imprese estere, joint venture, acquisto e vendita di brevetti);
- valutazione della politica di approvvigionamento (competenze nella gestione delle relazioni nella supply chain, anche a livello internazionale, e analisi delle politiche di acquisto);

- analisi dei temi giuridici (competenze sulla comparazione degli ordinamenti giuridici nei diversi contesti internazionali, contrattualistica internazionale, protezione brevetti)
- gestione delle strategie di sviluppo delle imprese (competenze nelle attività di analisi, pianificazione e implementazione delle strategie di marketing);
- conoscenza e applicazione delle competenze linguistiche (in particolare l'inglese, ma anche lingue orientali).

sbocchi occupazionali:

Le competenze e le conoscenze acquisite nel percorso B consentono l'inserimento in numerosi contesti professionali come:

- aziende manifatturiere di qualsiasi settore economico;
- imprese della distribuzione;
- imprese di servizi (finanziari e non finanziari);
- imprese locali e imprese internazionali;
- istituti di ricerca ed enti per lo sviluppo delle imprese in contesti internazionali;
- società di consulenza;
- attività imprenditoriale;
- agenzie pubbliche e private per l'internazionalizzazione.



QUADRO A2.b

Il corso prepara alla professione di (codifiche ISTAT)

1. Specialisti della gestione e del controllo nelle imprese private - (2.5.1.2.0)
2. Specialisti in contabilità - (2.5.1.4.1)
3. Fiscalisti e tributaristi - (2.5.1.4.2)
4. Specialisti in attività finanziarie - (2.5.1.4.3)
5. Specialisti nell'acquisizione di beni e servizi - (2.5.1.5.1)
6. Specialisti nella commercializzazione di beni e servizi (escluso il settore ICT) - (2.5.1.5.2)
7. Specialisti nella commercializzazione nel settore delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione - (2.5.1.5.3)
8. Analisti di mercato - (2.5.1.5.4)
9. Specialisti dei sistemi economici - (2.5.3.1.1)
10. Specialisti dell'economia aziendale - (2.5.3.1.2)



QUADRO A3.a

Conoscenze richieste per l'accesso

28/03/2022

Per l'ammissione al corso di laurea magistrale lo studente deve possedere i requisiti curriculari e un adeguato livello di preparazione personale.

Requisiti curriculari

Possono accedere al corso di laurea magistrale in Management e Marketing Internazionale coloro che sono in possesso di

una laurea o diploma universitario di durata triennale, ovvero altro titolo di studio equipollente conseguito all'estero e riconosciuto idoneo in base alla normativa vigente appartenenti alle classi che seguono.

- Laurea triennale nei Corsi di Studio delle classi L-18 o L-33 (ex D.M. 270/2004)
- Laurea triennale nei Corsi di Studio delle classi L-17 o L-28 (ex D.M. 509/1999)
- Laurea quadriennale in Economia (ante D.M 509/1999)

Per i laureati di altre classi, i requisiti curriculari richiesti prevedono un minimo di 36 CFU acquisiti nei settori scientifico-disciplinari e nel rispetto dei vincoli minimi di seguito indicati:

- almeno 6 CFU in ambito economico (SECS-P/01, SECS-P/02, SECS-P/03, SECS-P/06)
- almeno 12 CFU in ambito aziendale (SECS-P/07, SECS-P/08, SECS-P/09, SECS-P/11)
- almeno 6 CFU in ambito giuridico (IUS/01, IUS/04, IUS/05, IUS/09, IUS/12)
- almeno 6 CFU in ambito matematico-statistico (SECS-S/01, SECS-S/03, SECS-S/06, MAT/01, MAT/05, MAT/06, MAT/09, INF/01, ING-INF/05, ING-IND/35)

Gli studenti che non soddisfano i requisiti previsti per l'accesso potranno acquisire corsi singoli presso l'Università degli Studi di Macerata o altri Atenei.

E' richiesta anche una conoscenza della lingua inglese mediante la presentazione di un attestato di certificazione internazionale di livello non inferiore al B1 del QCER o dell'equivalente livello raggiunto con eventuali esami universitari (l'attestazione non è richiesta per gli studenti madrelingua inglese o per coloro che hanno conseguito un diploma di laurea il cui percorso di studi è stato impartito in lingua inglese).

Ogni altra certificazione e documentazione relativa alle conoscenze linguistiche allegata alla domanda di immatricolazione verrà esaminata dal Consiglio di Corso di Studio competente.

Preparazione personale

Gli studenti in possesso dei requisiti curriculari che hanno conseguito la laurea triennale con una valutazione uguale o superiore a 95/110 (o una valutazione proporzionalmente corrispondente in caso di titoli equipollenti) si intendono in possesso di un livello di preparazione personale adeguato, in caso contrario dovranno sostenere un colloquio orientativo.



QUADRO A3.b

Modalità di ammissione

17/05/2023

Il corso non prevede il superamento di prove specifiche, fatta eccezione per la verifica dei requisiti preliminari. Per l'accesso al corso di laurea magistrale in Management e Marketing Internazionale (MMI) è necessario che lo studente abbia acquisito un numero minimo di Crediti Formativi Universitari (CFU) per ciascuno degli ambiti disciplinari caratterizzanti il corso di studi (aziendale, economico, matematico-statistico, giuridico), come indicato nella sezione A3.a – 'Conoscenze richieste per l'accesso'.

Gli studenti che hanno conseguito la laurea triennale nei Corsi di Studio della classe L-18 (Scienze dell'economia e della gestione aziendale) o nella classe L-33 (Scienze economiche), nonché nelle ex Classi 17 (Scienze dell'economia e della gestione aziendale) ed L-28 (Scienze economiche), possono accedere al corso di laurea magistrale senza la necessità di acquisire crediti formativi, in ragione della compatibilità e della continuità didattico-disciplinare di tali percorsi rispetto al corso di laurea magistrale in Management e Marketing Internazionale.

Coloro che invece non hanno i requisiti curriculari per l'accesso diretto al corso possono chiedere la valutazione della

carriera e acquisire i crediti formativi necessari tramite corsi singoli propedeutici offerti gratuitamente dall'Ateneo. Per maggiori dettagli consultare la sezione del sito dell'Università degli Studi di Macerata, nella sezione 'didattica-iscrizione-immatricolazione'.

Link: <https://www.unimc.it/it/didattica/iscrizione-e-carriera/immatricolazione-e-iscrizione/accesso-corsi-laurea-magistrale> (Accesso ai corsi di laurea magistrale biennale)



QUADRO A4.a

Obiettivi formativi specifici del Corso e descrizione del percorso formativo

15/02/2022

L'obiettivo del corso di laurea magistrale in Management e Marketing Internazionale è quello di formare figure professionali con ampie conoscenze e abilità utili per operare con ruoli manageriali all'interno di aziende, accedere alla professione di dottore commercialista, lavorare in società di consulenza e intraprendere l'attività d'impresa.

Nel percorso formativo gli insegnamenti (alcuni svolti interamente in lingua inglese) sono volti non soltanto a fornire le necessarie competenze tecnico-professionali, ma anche gli strumenti per gestire i processi innovativi (digitalizzazione in particolare) nelle organizzazioni moderne e delineare percorsi strategici aziendali nell'ottica della sostenibilità. Gli insegnamenti che rappresentano il cuore del percorso sono volti a sviluppare solide competenze in termini di strategie aziendali, amministrazione, gestione, finanza e marketing; ad essi sono affiancati corsi idonei a sviluppare conoscenze e capacità applicative in tema di analisi economica dei dati e dei settori industriali nonché di diritto societario, della crisi d'impresa, tributario, industriale e della contrattualistica internazionale.

Il corso di laurea magistrale si articola in due distinti curricula finalizzati a formare due profili di laureati.

Il primo offre un percorso di apprendimento pensato per chi si prepara ad assumere ruoli direttivi in impresa o voglia accedere alla professione di dottore commercialista e, più in generale, svolgere consulenza in ambito aziendale. Per questo profilo di laureato le competenze amministrative, contabili, gestionali nonché di misurazione e valutazione delle performance aziendali (strategie aziendali, principi contabili internazionali, finanza aziendale, aggregazioni aziendali e bilancio consolidato, operazioni straordinarie, marketing metrics ecc.) sono rafforzate da insegnamenti di area giuridica (diritto societario, diritto della crisi d'impresa nonché reddito d'impresa e pianificazione fiscale internazionale), che vanno a completare l'insieme di conoscenze fondamentali per poter svolgere sia le attività di amministrazione e gestione che la professione di dottore commercialista. Il percorso prevede anche insegnamenti finalizzati ad apprendere le conoscenze in merito agli strumenti digitali (analisi e utilizzo dei dati, sicurezza informatica, blockchain e digitalizzazione dei bilanci) nonché sulle tematiche della sostenibilità (in ottica economica, strategica e di reporting).

Il secondo nasce dall'esigenze di creare figure in grado di gestire la crescente complessità ambientale e formulare strategie finalizzate ad operare nei mercati internazionali. In particolare, la pressione competitiva e la diffusione delle tecnologie digitali hanno accresciuto in modo significativo l'importanza del marketing all'interno delle imprese, sia per quanto concerne la pianificazione e implementazione delle strategie di internazionalizzazione, sia per quanto riguarda le problematiche economiche del commercio internazionale. In linea con tale tendenza, l'obiettivo è quello di formare laureati con la capacità di analizzare e comprendere le dinamiche economiche dei mercati internazionali e delineare – con un approccio interdisciplinare – percorsi di sviluppo aziendale, con riferimento alle politiche di marketing (analisi dei mercati, definizione del prodotto, comunicazione e commercializzazione digitale, ecc.), alla misurazione e valutazione delle performance aziendali, alla gestione delle supply chain, all'export management e alle problematiche relative alla contrattualistica internazionale e al diritto industriale.

Vista la natura di questo percorso formativo, vengono proposti insegnamenti in lingua inglese, per consentire agli studenti non solo di scegliere moduli didattici altamente professionalizzanti, ma anche di acquisire le conoscenze linguistiche

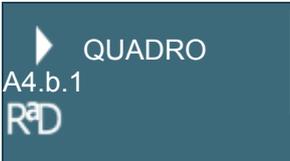
necessarie per intraprendere una carriera 'internazionale'.

Il percorso di studi che consente di raggiungere gli obiettivi descritti è strutturato in tre blocchi di insegnamenti (aree di apprendimento) con pesi differenziati in relazione ai due curricula e ai rispettivi obiettivi formativi.

La prima area di apprendimento consente allo studente di acquisire conoscenze specialistiche per il governo e la consulenza d'impresa e apprendere modalità e strumenti per l'implementazione delle strategie per lo sviluppo aziendale, anche a livello internazionale. Lo studente potrà sviluppare competenze nell'ambito amministrativo-contabile e nella gestione delle attività economico-aziendali, con particolare riferimento alla finanza e al marketing internazionale, e abilità nell'analisi delle problematiche dell'ambiente competitivo anche nell'ottica della sostenibilità.

Con il secondo blocco di insegnamenti si offrono le conoscenze specialistiche economico-giuridiche per l'analisi dei sistemi economici nazionali e internazionali. Lo studente potrà acquisire approfondite competenze relative all'analisi dei mercati e all'interpretazione dei fenomeni economici che influenzano lo sviluppo delle imprese, a livello sia locale che internazionale. Le conoscenze di natura economica sono integrate con quelle di natura giuridica, finalizzate a sviluppare abilità nella definizione dei quadri normativi e nella gestione degli aspetti di diritto societario e della crisi d'impresa, di contrattualistica internazionale nonché di reddito d'impresa e pianificazione fiscale internazionale.

Da ultimo, con l'area delle conoscenze specialistiche per l'analisi dei dati e l'innovazione digitale lo studente potrà apprendere le conoscenze specialistiche sugli strumenti e le modalità di raccolta ed elaborazione dei dati necessari per effettuare le valutazioni economiche per la pianificazione e implementazione dei percorsi strategici aziendali. Tali conoscenze sono affiancate all'apprendimento di nozioni sulla sicurezza informatica, sulla blockchain e la digitalizzazione dei bilanci.

	Conoscenza e comprensione, e Capacità di applicare conoscenza e comprensione: Sintesi
---	--

Conoscenza e capacità di comprensione	Il laureato in Management e Marketing Internazionale potrà acquisire conoscenze specialistiche e capacità di comprensione su: <ul style="list-style-type: none">- le strategie aziendali e i modelli di business, anche per lo sviluppo sostenibile e internazionale dell'impresa;- i principi e le regole sulla comunicazione economico-finanziaria e di sostenibilità;- le tecniche per la gestione delle operazioni straordinarie;- gli strumenti operativi per la gestione finanziaria dell'azienda;- le strategie di marketing internazionale (studio dei mercati esteri, posizionamento e promozione prodotto);- gli strumenti innovativi di digital e social media marketing;- le problematiche organizzative e gestionali delle attività produttive e commerciali internazionali;- la gestione delle attività di approvvigionamento e delle relazioni nella filiera internazionale;- l'impatto delle dinamiche economiche dei mercati internazionali sulle strategie delle imprese;	
--	---	--

- il ruolo delle istituzioni sul coordinamento del sistema economico;
- le dinamiche economiche territoriali per lo sviluppo internazionale delle imprese;
- gli strumenti e i modelli econometrici per la misurazione dei fenomeni economici;
- la governance societaria e la disciplina in tema di crisi d'impresa;
- il reddito d'impresa e la pianificazione fiscale internazionale;
- le problematiche di diritto privato e dei contratti (anche in relazione al processo di digitalizzazione e alla dimensione internazionale);
- le norme a protezione dei brevetti e della proprietà industriale;
- le tecniche di calcolo ed elaborazione dei dati, utili per l'analisi dei problemi aziendali e per la costruzione di modelli finalizzati a migliorare le performance dell'impresa;
- la gestione della sicurezza informatica mediante gli strumenti per individuare le minacce e i rischi informatici e per proteggere i dati in formato digitale;
- le attività e la gestione dei processi di raccolta ed elaborazione dei dati e delle informazioni nella blockchain.

Tra gli strumenti di verifica delle conoscenze e della capacità di comprensione, risultano importanti le esercitazioni assegnate dai docenti dei singoli insegnamenti, i momenti di discussione in aula su temi specifici, le prove di esame e, infine, la stesura della tesi di laurea che, per tempo e crediti maturati, rappresenta un momento decisivo di verifica della capacità di apprendimento e delle conoscenze acquisite, sia per lo studente che per il docente tutor che valuta il laureando.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

- Le conoscenze acquisite nel corso di laurea magistrale consentiranno di formare laureati che sappiano:
- delineare i modelli di business, formulare i piani strategici, svolgere l'analisi della fattibilità e implementare le politiche aziendali, anche nell'ottica della sostenibilità e a livello internazionale;
 - applicare i principi contabili internazionali e conoscere le modalità di redazione del bilancio consolidato;
 - affrontare la tematica della sostenibilità e del relativo reporting;
 - utilizzare gli strumenti e le metodologie per la gestione degli aspetti finanziari;
 - comprendere e affrontare le operazioni straordinarie;
 - gestire le attività commerciali internazionali (export, investimenti, accordi, ecc.);
 - svolgere l'analisi dei mercati esteri e delineare le strategie di marketing internazionale (posizionamento e promozione del prodotto);
 - utilizzare gli strumenti di comunicazione digitale e di web marketing per le attività di commercializzazione e promozione dei prodotti nei mercati internazionali;
 - gestire le problematiche relative alle attività produttive, distributive e di logistica internazionale;
 - valutare le politiche di acquisto e gestire le relazioni nella supply chain internazionale;
 - interpretare le dinamiche dei mercati internazionali e il loro impatto sulle strategie delle imprese;
 - pianificare e implementare politiche per lo sviluppo sostenibile dei territori e delle imprese;
 - applicare gli strumenti econometrici per l'analisi economica dei mercati;
 - valutare le problematiche in tema di diritto societario e di crisi d'impresa;
 - utilizzare le norme della contrattualistica internazionale;

- valutare le norme finalizzate alla tutela della proprietà intellettuale, specialmente nei mercati esteri;
- affrontare le problematiche tributarie legate al reddito d'impresa, anche in ottica di pianificazione fiscale internazionale;
- applicare gli strumenti di innovazione digitale per la raccolta, l'elaborazione e l'utilizzo di dati economico-finanziari;
- registrare, modificare e gestire i dati delle transazioni all'interno della blockchain;
- adottare strumenti informatici innovativi finalizzati alla protezione dei dati e delle informazioni.

Gli strumenti per verificare la capacità di applicare le conoscenze acquisite sono rappresentati da attività laboratoriali e lavori (individuali e di gruppo), come project work, esercitazioni e studio di casi aziendali, assegnati nell'ambito degli insegnamenti durante il biennio. La comprensione dei concetti acquisiti e la capacità critica nell'analisi delle problematiche aziendali sono verificate da docenti e tutor, anche mediante l'elaborazione della tesi di laurea, che prevede ricerca approfondita, elaborazione dei concetti e analisi dei fenomeni economico-aziendali.

▶ QUADRO
A4.b.2

Conoscenza e comprensione, e Capacità di applicare conoscenza e comprensione: Dettaglio

Area aziendale

Conoscenza e comprensione

Il laureato potrà acquisire conoscenze e capacità sui seguenti temi:

- strategie aziendali e modelli di business;
- bilanci secondo i principi contabili internazionali, anche in ottica digitale;
- finanza aziendale;
- tecnica professionale per le operazioni straordinarie;
- economia dei gruppi e bilanci consolidato;
- sustainability reporting;
- economia e management delle amministrazioni pubbliche;
- marketing metrics;
- digital e social media marketing;
- gestione degli acquisti e logistica internazionale;
- organizzazione internazionale e gestione delle risorse umane;
- marketing internazionale.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Le conoscenze acquisite in questa area di apprendimento consentiranno di formare laureati che sappiano:

- pianificazione e implementazione delle strategie aziendali;
- applicare i principi contabili internazionali e gli strumenti per la digitalizzazione dei bilanci;
- misurare, comprendere e valutare le performance aziendali;
- affrontare il sustainability reporting;
- affrontare le gestioni straordinarie;

- comprendere le logiche economico-aziendali dei gruppi aziendali e le procedure di costruzione del bilancio consolidato;
- conoscere gli strumenti operativi per la gestione del capitale in un'ottica di creazione di valore;
- conoscere gli strumenti di comunicazione e social media marketing;
- gestire le problematiche relative agli acquisti e alla gestione delle catene di fornitura internazionale;
- affrontare le problematiche di organizzazione delle attività e delle risorse umane nelle imprese internazionali;
- pianificare e implementare la strategia di prodotto e di posizionamento nei mercati internazionali;
- conoscere le problematiche distributive e commerciali nei mercati internazionali;
- utilizzare gli strumenti di web e social media marketing;
- trasmettere le proprie conoscenze all'interno di un gruppo di lavoro e di saperne assorbire conoscenze e problematiche nuove.

Le conoscenze e capacità sono conseguite e verificate nelle seguenti attività formative:

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

AGGREGAZIONI AZIENDALI E BILANCIO CONSOLIDATO [url](#)

DIGITAL E SOCIAL MEDIA MARKETING [url](#)

FINANZA AZIENDALE [url](#)

GESTIONE DELLA SUPPLY CHAIN INTERNAZIONALE [url](#)

INTERNATIONAL MARKETING - Mod.A (*modulo di INTERNATIONAL MARKETING*) [url](#)

INTERNATIONAL MARKETING - Mod.B (*modulo di INTERNATIONAL MARKETING*) [url](#)

MARKETING METRICS [url](#)

MARKETING METRICS - Mod. B (*modulo di MARKETING METRICS*) [url](#)

OPERAZIONI STRAORDINARIE E CREAZIONE DI VALORE - MOD.A (*modulo di OPERAZIONI STRAORDINARIE E CREAZIONE DI VALORE*) [url](#)

OPERAZIONI STRAORDINARIE E CREAZIONE DI VALORE - MOD.B (*modulo di OPERAZIONI STRAORDINARIE E CREAZIONE DI VALORE*) [url](#)

OPERAZIONI STRAORDINARIE E CREAZIONE DI VALORE - MOD.C (*modulo di OPERAZIONI STRAORDINARIE E CREAZIONE DI VALORE*) [url](#)

ORGANIZZAZIONE INTERNAZIONALE E GESTIONE DELLE RISORSE UMANE [url](#)

PRINCIPI CONTABILI INTERNAZIONALI E BILANCIO DIGITALE [url](#)

SOSTENIBILITA' E REPORTING DI IMPRESA - Mod. A (*modulo di SOSTENIBILITA' E REPORTING DI IMPRESA*) [url](#)

SOSTENIBILITA' E REPORTING DI IMPRESA - Mod. B (*modulo di SOSTENIBILITA' E REPORTING DI IMPRESA*) [url](#)

STRATEGIE AZIENDALI E MODELLI DI BUSINESS [url](#)

Area Economica

Conoscenza e comprensione

Il laureato potrà acquisire conoscenze e capacità sui seguenti temi:

- ruolo delle istituzioni per lo sviluppo sostenibile dei territori;
- sviluppo economico e utilizzo dei modelli di crescita;
- strategie delle imprese in relazione ai nuovi trends dei mercati globali;
- dinamiche economiche delle attività illegali;
- modelli di politica economica per lo sviluppo delle imprese e dei territori;
- strumenti e modelli di econometria per la misurazione dei fenomeni economici.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Le conoscenze acquisite in questa area di apprendimento consentiranno di formare laureati che sappiano:

- interpretare le dinamiche dei mercati internazionali e l'impatto sulle strategie delle imprese;
- pianificare e implementare politiche per lo sviluppo sostenibile dei territori;
- utilizzare gli strumenti e i modelli di politica economica;
- individuare e proporre strategie per ridurre la diffusione delle attività economiche illegali.

Le conoscenze e capacità sono conseguite e verificate nelle seguenti attività formative:

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

ANALISI DELLA CONGIUNTURA ECONOMICA - Mod.B (*modulo di ECONOMIA DELLE ISTITUZIONI E DELLA SOSTENIBILITA' E ANALISI DELLA CONGIUNTURA ECONOMICA*) [url](#)

ECONOMIA - Mod.A (*modulo di ECONOMIA E POLITICA DELLO SVILUPPO INTERNAZIONALE*) [url](#)

ECONOMIA DELLE ISTITUZIONI E DELLA SOSTENIBILITA' - Mod.A (*modulo di ECONOMIA DELLE ISTITUZIONI E DELLA SOSTENIBILITA' E ANALISI DELLA CONGIUNTURA ECONOMICA*) [url](#)

FIRMS AND TRENDS IN GLOBAL MARKETS - Mod.A (*modulo di FIRMS AND TRENDS IN GLOBAL MARKETS*) [url](#)

FIRMS AND TRENDS IN GLOBAL MARKETS - Mod.B (*modulo di FIRMS AND TRENDS IN GLOBAL MARKETS*) [url](#)

POLITICA DELLO SVILUPPO INTERNAZIONALE - Mod.B (*modulo di ECONOMIA E POLITICA DELLO SVILUPPO INTERNAZIONALE*) [url](#)

Area Giuridica

Conoscenza e comprensione

Il laureato potrà acquisire conoscenze e capacità sui seguenti temi:

- problemi di governance societaria e operazioni straordinarie;
- diritto della crisi d'impresa;
- reddito d'impresa e gli strumenti di fiscalità internazionale;
- diritto dei contratti, anche in relazione al processo di digitalizzazione in atto;
- norme e strumenti della contrattualistica internazionale;
- protezione di brevetti e della proprietà industriale;
- diritto societario europeo.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Le conoscenze acquisite in questa area di apprendimento consentiranno di formare laureati che sappiano:

- padroneggiare le tematiche di governance societaria;
- conoscere il diritto della crisi d'impresa;
- affrontare le problematiche tributarie legate al reddito d'impresa, anche in ottica di pianificazione fiscale internazionale;
- conoscere le norme del diritto privato, anche in relazione alle problematiche relative al processo di digitalizzazione;
- padroneggiare gli strumenti giuridici della contrattazione che si svolge nel mercato globale;
- conoscere i principi fondamentali e le caratteristiche del diritto societario europeo e le tendenze della Comunità Europea in tema di sostenibilità nel diritto societario;
- conoscere le norme a tutela di brevetti e della proprietà intellettuale.

Le conoscenze e capacità sono conseguite e verificate nelle seguenti attività formative:

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

DIRITTO DEI CONTRATTI E DIGITALIZZAZIONE [url](#)

DIRITTO DELLA CRISI DI IMPRESA [url](#)

DIRITTO SOCIETARIO - Mod.A (*modulo di DIRITTO SOCIETARIO*) [url](#)

Area Statistico-matematica/Informatica

Conoscenza e comprensione

Il laureato potrà acquisire conoscenze e capacità sui seguenti temi:

- analisi dei big data mediante utilizzo di modelli statistico-matematici;
- individuazione di trend, correlazioni e modelli informatici in grado di formulare risposte a concreti problemi aziendali;
- digitalizzazione dei processi e delle attività;
- gestione della sicurezza informatica mediante strumenti per individuare le minacce e i rischi informatici e per proteggere i dati in formato digitale;
- analisi e valutazione delle attività nella blockchain.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Le conoscenze acquisite in questa area di apprendimento consentiranno di formare laureati che sappiano:

- utilizzare gli strumenti statistico-matematici per l'analisi dei big data;
- estrapolare informazioni per delineare trends e interdipendenze a supporto dei processi decisionali aziendali;
- gestire le caratteristiche e l'impatto della digitalizzazione nelle attività dell'impresa;
- utilizzare gli strumenti finalizzati alla sicurezza informatica e alla protezione dei dati aziendali.

Le conoscenze e capacità sono conseguite e verificate nelle seguenti attività formative:

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

ANALISI DEI BIG DATA - Mod. A (*modulo di ANALISI DEI BIG DATA*) [url](#)

ANALISI DEI BIG DATA - Mod. B (*modulo di ANALISI DEI BIG DATA*) [url](#)

BLOCKCHAIN - Mod.B (*modulo di CYBER SECURITY E BLOCKCHAIN*) [url](#)

CYBER SECURITY- Mod. A (*modulo di CYBER SECURITY E BLOCKCHAIN*) [url](#)



QUADRO A4.c

Autonomia di giudizio
Abilità comunicative
Capacità di apprendimento

Autonomia di giudizio

I laureati nel corso di laurea magistrale in Management e Marketing Internazionale sviluppano la capacità di raccogliere ed interpretare i dati relativi all'ambiente esterno e all'ambiente interno all'impresa, nonché l'abilità di gestire, organizzare e amministrare le attività e i processi per la formulazione delle strategie di sviluppo aziendali nell'ottica della sostenibilità, a livello sia locale che internazionale. Sono altresì in grado di utilizzare opportunamente le fonti informative, impiegare le capacità d'indagine acquisite, interpretare i dati fino alla formulazione di fondati giudizi autonomi, valutare i rischi e le opportunità di problemi aziendali complessi mediante capacità di problem-solving. Gli strumenti di verifica dell'autonomia di giudizio consistono nelle attività laboratoriali e nei lavori (come project work, esercitazioni e studio di casi aziendali) a loro assegnati nell'ambito degli insegnamenti durante il biennio. La

	<p>capacità di giudizio e le abilità di analisi e gestione delle problematiche aziendali sono poi stimolate e verificate da docenti e tutor, anche mediante il lavoro finale della tesi di laurea che prevede la ricerca approfondita, l'elaborazione dei concetti e l'analisi empirica dei fenomeni economico-aziendali.</p>	
Abilità comunicative	<p>I laureati nel corso di laurea magistrale in Management e Marketing Internazionale sono in grado di comunicare informazioni, idee, problemi e soluzioni riguardanti l'impresa ad interlocutori (specialisti e non specialisti) interni ed esterni all'impresa, in particolare gli stakeholder di riferimento.</p> <p>Nella maggior parte degli insegnamenti caratterizzanti, gli studenti sono incoraggiati a sviluppare capacità comunicative attraverso lavori e presentazioni di gruppo, finalizzati a apprendere ed utilizzare opportunamente il linguaggio tecnico aziendale ed esporre le argomentazioni in modo chiaro ed esaustivo.</p> <p>Tali abilità derivano dall'impegno richiesto durante il corso di laurea magistrale, nella triplice prospettiva:</p> <ul style="list-style-type: none"> - dell'apprendimento disciplinare; - dell'inquadramento dei problemi in un contesto di collegamenti interdisciplinari; - della rigorosa spiegazione di situazioni, concetti e risultati. <p>Gli strumenti di verifica delle abilità comunicative non possono che essere l'ascolto e la guida dello studente prima ma anche in sede di esame, nonché nel periodo di elaborazione della tesi finale.</p>	
Capacità di apprendimento	<p>I laureati nel corso di laurea magistrale in Management e Marketing Internazionale sono dotati di un bagaglio ampio di conoscenze: nell'ambito della laurea triennale hanno acquisito e consolidato le teorie e gli strumenti metodologici di base, mentre nel percorso di laurea magistrale hanno avuto modo di studiare argomenti caratterizzati da un elevato livello di specializzazione con un forte orientamento teorico e applicativo.</p> <p>Le capacità di apprendimento degli studenti sono pertanto oggetto di stimolo lungo l'intero periodo degli studi, con lo scopo di sviluppare la 'curiosità' che, a sua volta, dovrebbe generare una continua voglia di apprendimento (indispensabile soprattutto dopo l'ingresso nel mondo del lavoro o della ricerca scientifica).</p> <p>Tra gli strumenti di verifica della capacità di apprendimento, risulta importante la stesura della tesi di laurea che, per tempo e crediti maturati, rappresenta un momento decisivo di verifica della capacità di apprendimento e delle conoscenze acquisite sia per lo studente che per il docente tutor che valuta il laureando.</p>	

e professionale identificato dal corso di studio. Tali attività consentono di acquisire/rafforzare:

- la capacità di analisi di casi giurisprudenziali in merito ai principali contratti diffusi nella pratica commerciale (nella dimensione nazionale e internazionale) e alla soluzione della crisi d'impresa;
- la conoscenza della tecnologia applicata ai processi decisionali aziendali;
- la capacità di valutazione d'impatto nell'economia e nel business.



QUADRO A5.a

Caratteristiche della prova finale

26/01/2022

La tesi di laurea è riconosciuta come un momento qualificante della specializzazione e permette il riconoscimento di 12 crediti nel percorso di laurea.

La tesi magistrale prevede la realizzazione di un elaborato in cui il laureando deve dimostrare un elevato livello di conoscenza delle tematiche affrontate, capacità espositiva, autonomia di giudizio, sintesi critica e spunti di originalità in termini sia teorici che applicativi.

Costituiscono specifico oggetto di valutazione l'inquadramento teorico, l'adeguatezza della ricerca bibliografica e, quando prevista, l'applicazione del quadro teorico delineato in relazione ad una o più evidenze empiriche.



QUADRO A5.b

Modalità di svolgimento della prova finale

17/05/2023

La tesi di laurea magistrale consiste in un elaborato in cui il laureando deve dimostrare approfondita conoscenza, sintesi critica e spunti di originalità nella progettazione e nell'analisi dell'argomento prescelto.

La tesi di laurea magistrale costituisce oggetto di discussione da parte del laureando di fronte ad una commissione di laurea costituita, di norma, da docenti del Dipartimento di Economia e Diritto, la quale, valutata la qualità dell'elaborato e della discussione, procede alla determinazione del voto finale.

L'ammontare di crediti attribuiti alla prova finale è pari a 12.

Il voto di laurea, espresso in cento decimi, si ottiene sommando alla media di partenza delle votazioni conseguite attraverso gli esami di profitto il punteggio attribuito dalla Commissione in relazione alla discussione della tesi.

Quest'ultimo punteggio non può essere superiore a 11 punti.

Le specifiche dei criteri per il calcolo della votazione di partenza, nonché del punteggio attribuito dalla Commissione, sono contenute in un apposito regolamento proposto dal Consiglio di Classe del CdS e approvato dal Consiglio di Dipartimento (si veda pdf allegato).

Le informazioni relative alla prova finale sono inoltre descritte nell'apposita sezione del sito del Dipartimento di Economia e Diritto 'Informazioni per i laureandi'.

Link: <http://economiaediritto.unimc.it/it/didattica/offerta-didattica/esame-di-laurea>

Pdf inserito: [visualizza](#)



▶ QUADRO B1

Descrizione del percorso di formazione (Regolamento Didattico del Corso)

Pdf inserito: [visualizza](#)

Link: <https://www.unimc.it/it/ateneo/normativa/regolamenti-di-ateneo/regolamenti-cds-dipartimento-economia-e-diritto/regolamento-corsi-economia-e-diritto>

▶ QUADRO B2.a

Calendario del Corso di Studio e orario delle attività formative

<https://economiaediritto.unimc.it/it/didattica/offerta-didattica/calendario-esami-lezioni>

▶ QUADRO B2.b

Calendario degli esami di profitto

<https://economiaediritto.unimc.it/it/didattica/offerta-didattica/appelli-e-iscrizioni-agli-esami>

▶ QUADRO B2.c

Calendario sessioni della Prova finale

<https://economiaediritto.unimc.it/it/didattica/offerta-didattica/esame-di-laurea>

▶ QUADRO B3

Docenti titolari di insegnamento

Sono garantiti i collegamenti informatici alle pagine del portale di ateneo dedicate a queste informazioni.

N.	Settori	Anno di corso	Insegnamento	Cognome Nome	Ruolo	Crediti	Ore	Docente di riferimento per corso
1.	L-LIN/04	Anno di corso 1	ADVANCED FRENCH link			6		

2.	L-LIN/14	Anno di corso 1	ADVANCED GERMAN link			6		
3.	L-LIN/07	Anno di corso 1	ADVANCED SPANISH link			6		
4.	SECS-P/07	Anno di corso 1	AGGREGAZIONI AZIENDALI E BILANCIO CONSOLIDATO link			6		
5.	SECS-P/07	Anno di corso 1	AGGREGAZIONI AZIENDALI E BILANCIO CONSOLIDATO link	BARTOLACCI FRANCESCA CV	PA	6	40	
6.	SECS-S/01	Anno di corso 1	ANALISI DEI BIG DATA link			6		
7.	SECS-S/01	Anno di corso 1	ANALISI DEI BIG DATA link			9		
8.	SECS-S/01	Anno di corso 1	ANALISI DEI BIG DATA - Mod. A (modulo di ANALISI DEI BIG DATA) link			6		
9.	SECS-S/01	Anno di corso 1	ANALISI DEI BIG DATA - Mod. A (modulo di ANALISI DEI BIG DATA) link	SCACCIA LUISA CV	PA	6	40	
10.	SECS-S/01	Anno di corso 1	ANALISI DEI BIG DATA - Mod. B (modulo di ANALISI DEI BIG DATA) link	SCACCIA LUISA CV	PA	3	20	
11.	SECS-P/02	Anno di corso 1	ANALISI DELLA CONGIUNTURA ECONOMICA - Mod.B (modulo di ECONOMIA DELLE ISTITUZIONI E DELLA SOSTENIBILITA' E ANALISI DELLA CONGIUNTURA ECONOMICA) link	DERIU STEFANO CV	RD	6	40	
12.	L-OR/12	Anno di corso 1	ARABIC link			6	40	
13.	ING-	Anno	BLOCKCHAIN - Mod.B (modulo di	COMANDINI		3	20	

	INF/05	di corso 1	CYBER SECURITY E BLOCKCHAIN) link	GIAN LUCA CV					
14.	L-OR/21	Anno di corso 1	CHINESE link				6		
15.	ING-INF/05	Anno di corso 1	CYBER SECURITY E BLOCKCHAIN link				6		
16.	ING-INF/05	Anno di corso 1	CYBER SECURITY- Mod. A (<i>modulo di CYBER SECURITY E BLOCKCHAIN</i>) link	BATTAGLIONI MASSIMO CV			3	20	
17.	SECS-P/08	Anno di corso 1	DIGITAL E SOCIAL MEDIA MARKETING link				6		
18.	IUS/01	Anno di corso 1	DIRITTO DEI CONTRATTI E DIGITALIZZAZIONE link	BARCHIESI LUCA CV	PO		9	60	
19.	IUS/01	Anno di corso 1	DIRITTO DEI CONTRATTI E DIGITALIZZAZIONE link				9		
20.	IUS/07	Anno di corso 1	DIRITTO DEL LAVORO (LAVORO, SICUREZZA, PREVIDENZA) link				6		
21.	IUS/04	Anno di corso 1	DIRITTO DELLA CRISI DI IMPRESA link				6		
22.	IUS/04	Anno di corso 1	DIRITTO DELLA CRISI DI IMPRESA - Mod.A (<i>modulo di DIRITTO DELLA CRISI DI IMPRESA</i>) link				3		
23.	IUS/04	Anno di corso 1	DIRITTO DELLA CRISI DI IMPRESA - Mod.B (<i>modulo di DIRITTO DELLA CRISI DI IMPRESA</i>) link				3		
24.	IUS/04	Anno di corso 1	DIRITTO INDUSTRIALE link	RICCI MIRIA CV	RU		6	40	

25.	IUS/04	Anno di corso 1	DIRITTO INDUSTRIALE link			6		
26.	IUS/04	Anno di corso 1	DIRITTO SOCIETARIO link			9		
27.	IUS/04	Anno di corso 1	DIRITTO SOCIETARIO - Mod.A (modulo di DIRITTO SOCIETARIO) link	NIUTTA ANDREA LUIGI CV	PO	6	40	
28.	IUS/04	Anno di corso 1	DIRITTO SOCIETARIO - Mod.B (modulo di DIRITTO SOCIETARIO) link	MARASA' FLAMINIA ALEJANDRA CV		3	40	
29.	SECS-P/01	Anno di corso 1	ECONOMIA - Mod.A (modulo di ECONOMIA E POLITICA DELLO SVILUPPO INTERNAZIONALE) link	PERRI STEFANO CV	PO	6	40	
30.	SECS-P/01	Anno di corso 1	ECONOMIA DEL CRIMINE E DELLA ILLEGALITA' link	COPPIER RAFFAELLA CV	PA	6	40	
31.	SECS-P/02	Anno di corso 1	ECONOMIA DELLE ISTITUZIONI link			6		
32.	SECS-P/02	Anno di corso 1	ECONOMIA DELLE ISTITUZIONI E DELLA SOSTENIBILITA' - Mod.A (modulo di ECONOMIA DELLE ISTITUZIONI E DELLA SOSTENIBILITA' E ANALISI DELLA CONGIUNTURA ECONOMICA) link	RAMAZZOTTI PAOLO CV	PA	6	40	
33.	SECS-P/02	Anno di corso 1	ECONOMIA DELLE ISTITUZIONI E DELLA SOSTENIBILITA' E ANALISI DELLA CONGIUNTURA ECONOMICA link				12	
34.	SECS-P/01	Anno di corso 1	ECONOMIA E POLITICA DELLO SVILUPPO INTERNAZIONALE link				12	
35.	IUS/04	Anno di corso 1	EUROPEAN COMPANY LAW link			6		

36.	SECS-P/09	Anno di corso 1	FINANZA AZIENDALE link				9		
37.	SECS-P/01	Anno di corso 1	FIRMS AND TRENDS IN GLOBAL MARKETS link				12		
38.	SECS-P/01	Anno di corso 1	FIRMS AND TRENDS IN GLOBAL MARKETS - Mod.A (<i>modulo di FIRMS AND TRENDS IN GLOBAL MARKETS</i>) link	DE BENEDICTIS LUCA CV	PO		9	60	
39.	SECS-P/01	Anno di corso 1	FIRMS AND TRENDS IN GLOBAL MARKETS - Mod.B (<i>modulo di FIRMS AND TRENDS IN GLOBAL MARKETS</i>) link	DE BENEDICTIS LUCA CV	PO		3	60	
40.	SECS-P/08	Anno di corso 1	GESTIONE DELLA SUPPLY CHAIN INTERNAZIONALE link	BATTAGLIA LORETTA CV			6	40	
41.	IUS/01	Anno di corso 1	INTERNATIONAL CONTRACT LAW link	BOTTONI FRANCESCO CV	PA		9	60	
42.	SECS-P/08	Anno di corso 1	INTERNATIONAL MARKETING link				9		
43.	SECS-P/08	Anno di corso 1	INTERNATIONAL MARKETING - Mod.A (<i>modulo di INTERNATIONAL MARKETING</i>) link	SILVESTRELLI PATRIZIA CV	PA		6	40	
44.	SECS-P/08	Anno di corso 1	INTERNATIONAL MARKETING - Mod.B (<i>modulo di INTERNATIONAL MARKETING</i>) link	HAGHIRIAN PARISSA CV			3	20	
45.	SECS-P/02	Anno di corso 1	LABORATORIO DI FONDI EUROPEI link				3	20	
46.	SECS-S/06	Anno di corso 1	LABORATORIO DI METODI COMPUTAZIONALI link	BALDI MAURO MARIA CV	RD		3	20	
47.	SECS-P/07	Anno di	MANAGEMENT DELLE AMMINISTRAZIONI PUBBLICHE link	SOVERCHIA MICHELA CV	PA		6	40	

		corso 1						
48.	SECS- P/08	Anno di corso 1	MARKETING METRICS link				6	
49.	SECS- P/08	Anno di corso 1	MARKETING METRICS link				9	
50.	SECS- P/08	Anno di corso 1	MARKETING METRICS - Mod. A (modulo di MARKETING METRICS) link				6	
51.	SECS- P/08	Anno di corso 1	MARKETING METRICS - Mod. A (modulo di MARKETING METRICS) link	SARDANELLI DOMENICO CV	RD		6	40
52.	SECS- P/08	Anno di corso 1	MARKETING METRICS - Mod. B (modulo di MARKETING METRICS) link	SARDANELLI DOMENICO CV	RD		3	40
53.	SECS- P/07	Anno di corso 1	OPERAZIONI STRAORDINARIE E CREAZIONE DI VALORE link				9	
54.	SECS- P/07	Anno di corso 1	OPERAZIONI STRAORDINARIE E CREAZIONE DI VALORE - MOD.A (modulo di OPERAZIONI STRAORDINARIE E CREAZIONE DI VALORE) link	FRADEANI ANDREA CV	PA		3	20 
55.	SECS- P/07	Anno di corso 1	OPERAZIONI STRAORDINARIE E CREAZIONE DI VALORE - MOD.B (modulo di OPERAZIONI STRAORDINARIE E CREAZIONE DI VALORE) link	RIPA GIUSEPPE CV			3	20
56.	SECS- P/07	Anno di corso 1	OPERAZIONI STRAORDINARIE E CREAZIONE DI VALORE - MOD.C (modulo di OPERAZIONI STRAORDINARIE E CREAZIONE DI VALORE) link	MICOZZI FABRIZIO CV			3	20
57.	SECS- P/10	Anno di corso 1	ORGANIZZAZIONE INTERNAZIONALE E GESTIONE DELLE RISORSE UMANE link	ZANUTTO ALBERTO CV	RD		9	60
58.	SECS- P/01	Anno di	POLITICA DELLO SVILUPPO INTERNAZIONALE - Mod.B (modulo di	ORO GIANMARCO			6	40

		corso 1	<i>ECONOMIA E POLITICA DELLO SVILUPPO INTERNAZIONALE</i>) link						
59.	SECS-P/07	Anno di corso 1	PRINCIPI CONTABILI INTERNAZIONALI E BILANCIO DIGITALE link				9		
60.	SECS-P/07	Anno di corso 1	PRINCIPI CONTABILI INTERNAZIONALI E BILANCIO DIGITALE link				9		
61.	IUS/12	Anno di corso 1	REDDITO D'IMPRESA E PIANIFICAZIONE FISCALE INTERNAZIONALE link	RIVETTI GIUSEPPE CV	PA		6	40	
62.	SECS-P/07	Anno di corso 1	REVISIONE AZIENDALE link				6		
63.	SECS-P/07	Anno di corso 1	REVISIONE AZIENDALE - Mod.A (modulo di REVISIONE AZIENDALE) link	MARCHI LUCIANO			3	20	
64.	SECS-P/07	Anno di corso 1	REVISIONE AZIENDALE - Mod.B (modulo di REVISIONE AZIENDALE) link	TOMBOLINI LUCA CV			3	20	
65.	L-LIN/21	Anno di corso 1	RUSSIAN link				6		
66.	SECS-P/07	Anno di corso 1	SOSTENIBILITA' E REPORTING DI IMPRESA link				6		
67.	SECS-P/07	Anno di corso 1	SOSTENIBILITA' E REPORTING DI IMPRESA - Mod. A (modulo di SOSTENIBILITA' E REPORTING DI IMPRESA) link	BARTOLACCI FRANCESCA CV	PA		3	20	
68.	SECS-P/07	Anno di corso 1	SOSTENIBILITA' E REPORTING DI IMPRESA - Mod. B (modulo di SOSTENIBILITA' E REPORTING DI IMPRESA) link	PAOLINI ANTONELLA CV	PO		3	20	
69.	SECS-P/07	Anno di corso 1	STRATEGIE AZIENDALI E MODELLI DI BUSINESS link	PAOLINI ANTONELLA CV	PO		6	40	

70.	NN	Anno di corso 1	STRUMENTI E METODI PER L'ECONOMIA E LA FINANZA link				1	
71.	NN	Anno di corso 1	TIROCINIO link				6	
72.	L-LIN/12	Anno di corso 1	ULTERIORI CONOSCENZE LINGUISTICHE (BUSINESS ENGLISH) link	HARPER MARTIN CV			6	40
73.	SECS-P/05	Anno di corso 1	VALUTAZIONE D'IMPATTO DELLE SCELTE IN ECONOMIA E BUSINESS link	PACIFICO ANTONIO CV	RD		6	40

▶ QUADRO B4 | Aule

Descrizione link: Sono in corso di svolgimento lavori di ampliamento e ammodernamento delle strutture, pertanto l'elenco potrebbe subire modifiche in corso d'anno.

Link inserito: <http://economiaediritto.unimc.it/it/didattica/strutture/aule> Altro link inserito: <http://>

▶ QUADRO B4 | Laboratori e Aule Informatiche

Descrizione link: Sono in corso di svolgimento lavori di ampliamento e ammodernamento delle strutture, pertanto l'elenco potrebbe subire modifiche in corso d'anno.

Link inserito: <http://economiaediritto.unimc.it/it/didattica/strutture/laboratori> Altro link inserito: <http://>

▶ QUADRO B4 | Sale Studio

Descrizione link: In allegato si fornisce un quadro delle sale di studio a disposizione degli studenti. Si evidenzia che sono in corso di svolgimento lavori di ampliamento e ammodernamento delle strutture, pertanto l'elenco potrebbe subire modifiche in corso d'anno.

Link inserito: <http://economiaediritto.unimc.it/it/didattica/strutture/biblioteche> Altro link inserito: <http://>

Pdf inserito: [visualizza](#)



QUADRO B4

Biblioteche

Descrizione link: Sono in corso di svolgimento lavori di ampliamento e ammodernamento delle strutture, pertanto l'elenco potrebbe subire modifiche in corso d'anno.

Link inserito: <http://economiaediritto.unimc.it/it/didattica/strutture/biblioteche> Altro link inserito: <http://>



QUADRO B5

Orientamento in ingresso

L'Ufficio Orientamento e Servizi agli studenti e l'Ufficio Infopoint/Ciao dell'Area per la Didattica, l'Orientamento e i Servizi agli studenti, curano la progettazione, l'organizzazione e la gestione delle attività di orientamento in ingresso in stretta collaborazione con i Dipartimenti.

12/06/2023

Le principali azioni di orientamento in ingresso sono:

1) Orientamento informativo

- Infopoint - servizio di informazione, orientamento e accoglienza rivolto a tutta l'utenza interessata ad acquisire informazioni per la scelta del corso;
- Welcome point matricole - servizio di informazione telefonica, che fornisce anche supporto operativo allo svolgimento delle procedure di immatricolazione e rinnovo dell'iscrizione nel periodo luglio/gennaio;
- Sito web di Ateneo - sezione dedicata alle informazioni utili per gli studenti.

2) Orientamento alla scelta

- Laboratorio "La scelta universitaria. Talenti e passioni: la professione che è in te – Sorprendo" – laboratorio di accompagnamento alla scelta del percorso formativo e professionale, realizzato dall'Ufficio Infopoint/Ciao con l'utilizzo della piattaforma Sorprendo, che fornisce strumenti di auto-valutazione e percorsi di analisi e scoperta del mondo del lavoro;
- Laboratorio "Non solo Hard Skills: le competenze trasversali come bussole per l'orientamento" – laboratorio di introduzione alle principali soft skills come validi strumenti da utilizzare per intraprendere scelte autonome e consapevoli in ambito universitario e lavorativo, realizzato dall'Ufficio Orientamento e servizi agli studenti;
- Life Coaching - seminari teorico-pratici a cura del Life Coach;
- Open Day - giornate di accoglienza organizzate nel periodo estivo, di norma a luglio e ad agosto, che danno agli studenti la possibilità di incontrare i docenti dei corsi e i senior tutor di Ateneo per avere informazioni generali sui servizi e sulle modalità di iscrizione;
- Giornate della matricola – giornate di orientamento sull'organizzazione della didattica dei singoli corsi, sui servizi agli studenti e più in generale sulla vita universitaria, si svolgono tra settembre e ottobre, in concomitanza con l'inizio delle attività didattiche;
- LM Day - iniziative di promozione e presentazione dei corsi di laurea magistrale agli studenti dei corsi di laurea triennale;
- Saloni e fiere di orientamento - partecipazione a saloni e fiere di orientamento per diffondere l'offerta formativa dell'Ateneo, modulata in base ai diversi target da raggiungere;
- Servizio per studenti con disabilità o disturbi specifici dell'apprendimento (DSA) – servizio di accoglienza e supporto in ingresso agli studenti con disabilità e/o DSA attraverso interventi mirati volti a garantire il diritto allo studio e a facilitare l'inserimento nel contesto accademico, didattico e sociale. I servizi proposti sono:
 - tutorato specializzato – attività di supporto allo studio e intermediazione con i docenti svolta da professionisti reclutati con

apposito bando;

- tutorato alla pari – prendi-appunti – svolto da studenti part-time che affiancano gli studenti con disabilità/DSA a lezione;
- tutorato alla pari – disciplinare – svolto dagli studenti della Scuola di Studi Superiori Giacomo Leopardi, da volontari del Servizio civile nazionale o senior tutor che affiancano gli studenti con disabilità/DSA nello studio;
- attrezzature informatiche fornite in comodato d'uso su richiesta.

Alcune delle iniziative sopra indicate (come Open Day e LM Day) sono finalizzate a presentare le caratteristiche del Corso di laurea magistrale in Management e Marketing Internazionale, come la descrizione dei due curricula 'Management e Consulenza Aziendale' (MCA) e 'Marketing e Mercati Globali' (MMG), l'articolazione degli insegnamenti ed i docenti di riferimento, le opportunità di tirocinio e le esperienze internazionali, nonché i profili professionali che il CdS ha l'obiettivo di formare.

Le attività di orientamento e di tutorato sviluppate in ingresso forniscono agli studenti gli strumenti per comprendere sia l'impegno di studio necessario, sia le conoscenze e competenze che possono essere acquisite. Gli studenti vengono supportati sia nella valutazione e scelta del curriculum, sia nell'organizzazione delle attività, al fine di massimizzare l'efficacia del percorso formativo.

Vista l'importanza dell'attività di orientamento all'entrata, il Dipartimento è impegnato in un potenziamento delle iniziative, volte a favorire la consapevolezza delle scelte da parte degli studenti, incrementare la visibilità del CdS e consentire l'aumento degli iscritti. A tal proposito, il Consiglio di Classe ha formato (nell'a.a. 2020/2021) il Gruppo di orientamento in ingresso costituito dalla prof.ssa Emanuela Giacomini, Delegata per l'orientamento all'entrata del Dipartimento di Economia e Diritto, e dal prof. Andrea Fradeani e ciò consentirà di rafforzare l'attività di orientamento in ingresso, con particolare riferimento alle peculiarità dei corsi della classe LM-77.

Nell'ambito delle attività finalizzate all'orientamento in entrata, insieme a quelle organizzate dall'Ateneo, il Dipartimento di Economia e Diritto ha svolto le seguenti attività:

- a) incontri con i laureandi triennali finalizzati a presentare la propria offerta formativa e fornire agli studenti le informazioni sui possibili sbocchi professionali. In particolare, si segnala l'istituzione di un ciclo di seminari "Lavoro e Professioni: presente e futuro" che prevede per gli studenti momenti di confronto diretto con il mondo del lavoro;
- b) seminari organizzati dai docenti nell'ambito dei propri insegnamenti a cui partecipano i laureati che hanno conseguito il titolo triennale. In particolare, per meglio caratterizzare i due percorsi, nell'ambito del curriculum 'Management e Consulenza Aziendale' vengono prevalentemente coinvolti soggetti che esercitano le varie professioni contabili (dottori commercialisti, esperti contabili, revisori), mentre per il curriculum 'Marketing e Mercati Globali' i seminari sono prevalentemente tenuti in collaborazione con aziende di diversi settori economici e che operano a livello internazionale.

Link inserito: <https://www.unimc.it/it/orientamento>



QUADRO B5

Orientamento e tutorato in itinere

L'Ufficio Orientamento e Servizi agli studenti e l'Ufficio Infopoint/Ciao dell'Area per la Didattica, l'Orientamento e i Servizi agli studenti, curano la progettazione, l'organizzazione e la gestione delle attività di orientamento in itinere in stretta collaborazione con i Dipartimenti.

12/06/2023

Le principali azioni di orientamento in itinere sono:

- 1) Progetto ministeriale Piani di orientamento e tutorato (POT) in attivazione per l'anno 2023 – progetto di potenziamento delle azioni di orientamento in itinere, autonomo o in rete con altri atenei, svolto prevalentemente con gli studenti senior tutor impegnati nella gestione del tutorato tra pari, di gruppi di studio per affrontare le materie più complesse e di maggiore ostacolo al fine di evitare la dispersione e l'abbandono degli studi;
- 2) Tutorato in Itinere - specifiche azioni rivolte agli studenti iscritti, finalizzate a monitorare e ridurre l'abbandono degli studi. In particolare: a) servizio di supporto tramite docenti tutor e senior tutor; b) seminari sul collegamento tra corsi di studio e sbocchi professionali e sull'esperienza di stage/tirocinio; c) attività di accompagnamento alla scelta del corso di laurea

magistrale;

- 3) Sistema integrato per il benessere degli studenti - Sportello di ascolto - presa in carico del bisogno e assegnazione ad uno dei servizi del sistema: 1) consulenza orientativa - individuale o di gruppo, per sostenere gli studenti nel momento di difficoltà e per un loro eventuale ri-orientamento; 2) life coach - per sostenere gli studenti durante il percorso universitario, per aiutarli ad affrontare esami, problemi di ansia, ecc. (casi di dispersione universitaria, fuori corso, blocchi); 3) consulenza psicologica – per sostenere gli studenti nei casi di difficoltà psicologica/esistenziale o fragilità emotiva; 4) servizi territoriali socio-sanitari – per gli studenti che necessitano di un intervento protratto nel tempo e strutturato (rischio suicidio, dipendenze, ecc.);
- 4) Servizio per studenti con disabilità o disturbi specifici dell'apprendimento (DSA) - supporto agli studenti con disabilità/DSA attraverso interventi mirati volti a garantire il diritto allo studio e a facilitare l'integrazione nel contesto accademico, didattico e sociale. I servizi offerti sono:
- tutorato specializzato – svolto da professionisti che supportano gli studenti con disabilità/DSA nello studio e fanno da tramite con i docenti;
 - tutorato alla pari – prendi-appunti – svolto da studenti part-time che affiancano gli studenti con disabilità/DSA a lezione (in presenza o on line);
 - tutorato alla pari – disciplinare – svolto dagli studenti della Scuola di Studi Superiori Giacomo Leopardi, da volontari del Servizio civile nazionale o senior tutor che affiancano gli studenti con disabilità/DSA nello studio;
 - attrezzature informatiche e software fornite in comodato d'uso agli studenti con disabilità/DSA che ne fanno richiesta;
- 5) Consulenza orientativa specializzata per studenti con disabilità/DSA - dopo la prima fase di presa in carico degli studenti, il servizio viene riproposto durante il percorso di studio per verificare l'efficacia degli interventi e per assicurare la corretta prosecuzione degli studi;
- 6) Iniziative per lo sviluppo di soft skills, sotto forma di laboratori di competenze, a cui sono riconosciuti crediti formativi. Le competenze acquisite dagli studenti sono valorizzate attraverso open badge nella piattaforma BESTR.

Il Centro Linguistico di Ateneo (CLA) - cla.unimc.it - offre inoltre i seguenti servizi:

- esercitazioni di lingua araba, cinese, francese, inglese, spagnola, russa e tedesca, tenute da esperti linguistici madrelingua
- moduli finalizzati all'apprendimento di abilità linguistiche particolari quali: arabo medico, francese accademico e digital humanities, francese medico, francese legale, Understanding political discourse, English for digital communication, inglese economico-finanziario, English for marketing and advertising, Creative writing, inglese: linguaggio specialistico per le professioni legali, linguaggio politico russo, traduzione letteraria RU>IT, spagnolo museale, spagnolo per il Web, Introduzione alla lettura del linguaggio scientifico tedesco, I linguaggi della saggistica tedesca
- corsi di preparazione al conseguimento delle certificazioni linguistiche internazionali di lingua francese, inglese, italiana e spagnola tenuti da formatori madrelingua, con un costo agevolato a carico degli studenti.

Con specifico riferimento alle attività svolte a livello di Dipartimento, si ricorda che la presenza di docenti e di tutor consente di monitorare il processo di apprendimento delle diverse discipline. Il monitoraggio delle carriere avviene periodicamente per i corsi di studio delle lauree magistrali, in occasione dell'azione di tutorato svolta dal Delegato al Tutorato di Dipartimento. Il Dipartimento è impegnato ad un potenziamento delle attività di tutorato in itinere con l'obiettivo di ridurre il fenomeno dell'abbandono, incrementare la regolarità negli studi in termini di acquisizione dei crediti formativi e contenere i tempi medi di laurea.

Link inserito: <https://www.unimc.it/it/orientamento>



QUADRO B5

Assistenza per lo svolgimento di periodi di formazione all'esterno (tirocini e stage)

L'Ufficio Offerta formativa, Qualità e Accredimento dell'Area per la Didattica, l'Orientamento e i Servizi agli Studenti assiste studenti ed enti ospitanti nelle procedure di attivazione di stage e tirocini curriculari sia in Italia che all'estero, compresi i tirocini svolti in convenzione con la Fondazione CRUI presso strutture ministeriali e ambasciate.

L'Ufficio Valorizzazione della Ricerca, ILO e Placement dell'Area Ricerca assiste i neolaureati e i dottori di ricerca (di età

17/05/2023

inferiore a 30 anni) nell'attivazione di stage e tirocini extracurricolari sia in Italia che all'estero. I laureati possono consultare le offerte di stage e tirocinio pubblicate nella bacheca online "offerte di lavoro" o individuare autonomamente un'azienda, anche all'estero. L'Ufficio garantisce il supporto informativo e amministrativo per la stipula delle convenzioni in riferimento anche alla normativa dei paesi esteri ospitanti.

L'Ufficio Mobilità internazionale dell'Area Internazionalizzazione è il punto di riferimento degli studenti e dei neolaureati che intendono fare un'esperienza di formazione, stage/tirocinio in Europa o in Paesi extraeuropei. L'Ufficio coordina: il sottoprogramma europeo Erasmus+, mobilità per Traineeship (tirocini per studenti iscritti e neolaureati), il programma per lo svolgimento di tirocini in Paesi extraeuropei. L'Ufficio fornisce assistenza informativa e amministrativa prima della partenza, durante il soggiorno e al ritorno. Eroga inoltre le borse di mobilità e collabora nell'attività di convalida dei crediti formativi relativi allo stage/tirocinio effettuato dagli studenti in corso di iscrizione.

Gli studenti che decidono di partecipare al programma Erasmus+ Traineeship possono altresì avvalersi del supporto e dell'orientamento fornito dal Delegato Erasmus del Dipartimento di Economia e Diritto, che fornisce assistenza durante l'intero processo di mobilità, con particolare riferimento alla fase di preparazione alla partenza e di rientro. Con riferimento al supporto prima della partenza, in particolare, il Delegato Erasmus condivide con lo studente il progetto formativo da svolgere all'estero e verifica la coerenza dello stesso con il percorso di studi complessivo. A seguito dell'introduzione a partire dall'anno accademico 2020/2021 del Programma per tirocinio in Paesi extraeuropei, analoghe funzioni sono state attribuite al Delegato del Dipartimento per Tirocini ExtraUe.

Link inserito: <https://www.unimc.it/it/didattica/stage-e-inserimento-lavorativo>

▶ QUADRO B5

Assistenza e accordi per la mobilità internazionale degli studenti



In questo campo devono essere inserite tutte le convenzioni per la mobilità internazionale degli studenti attivate con Atenei stranieri, con l'eccezione delle convenzioni che regolamentano la struttura di corsi interateneo; queste ultime devono invece essere inserite nel campo apposito "Corsi interateneo".

Per ciascun Ateneo straniero convenzionato, occorre inserire la convenzione che regola, fra le altre cose, la mobilità degli studenti, e indicare se per gli studenti che seguono il relativo percorso di mobilità sia previsto il rilascio di un titolo doppio o multiplo. In caso non sia previsto il rilascio di un titolo doppio o multiplo con l'Ateneo straniero (per esempio, nel caso di convenzioni per la mobilità Erasmus) come titolo occorre indicare "Solo italiano" per segnalare che gli studenti che seguono il percorso di mobilità conseguiranno solo il normale titolo rilasciato dall'ateneo di origine.

L'Ufficio Politiche per l'internazionalizzazione dell'Area Internazionalizzazione cura i progetti di collaborazione internazionale, gli accordi di cooperazione bilaterali e multilaterali e i relativi allegati per la mobilità outbound, con particolare riferimento ai rapporti internazionali con istituzioni accademiche e enti di alta formazione extraeuropei, oltre a fornire supporto e consulenza ai Dipartimenti per l'attivazione di progetti relativi a titoli doppi/multipli con università estere. L'Ufficio Mobilità internazionale dell'Area Internazionalizzazione cura le relazioni con gli atenei partner del Programma Erasmus+ ed i progetti di mobilità di uno o due semestri (ovvero per gli studenti che poi convalideranno il proprio percorso formativo a Macerata) e quelli per il conseguimento di titoli congiunti (ovvero per gli studenti che otterranno un titolo legalmente valido in tutti i paesi di provenienza degli atenei partner).

L'Ufficio gestisce il programma Erasmus+ e i programmi di scambio basati su accordi bilaterali con atenei partner. Ha in attivo più di 400 accordi Erasmus con Atenei Europei. Il Delegato Erasmus di ciascun Dipartimento fornisce agli studenti il supporto necessario per la definizione delle attività didattiche da svolgere all'estero.

Per quanto riguarda invece la mobilità extra-Erasmus, l'Ufficio si relaziona con Università dislocate in Australia, Canada, Cina, Russia e Stati Uniti. In tutti gli accordi per la mobilità internazionale, l'Ufficio coordina la selezione degli studenti, in collaborazione con i docenti referenti degli accordi, e fornisce assistenza prima della partenza, durante il soggiorno e al ritorno; eroga le borse di mobilità e collabora nell'attività di convalida dei crediti formativi e degli esami svolti durante il periodo di mobilità internazionale. Il Referente degli accordi di cooperazione extra-Erasmus fornisce agli studenti il

supporto necessario per la definizione delle attività didattiche da svolgere all'estero.

Per quanto riguarda il Dipartimento di Economia e Diritto, il coordinatore Erasmus offre un costante supporto agli studenti 'incoming', in termini di orientamento e assistenza per valutare la compatibilità degli esami del loro piano di studi nell'Università di origine (Sending Institution estera) e quella ricevente (Università degli Studi di Macerata). Per quanto riguarda, invece, gli studenti dell'Ateneo maceratese 'outgoing', il coordinatore Erasmus offre un analogo supporto sia in fase preparatoria sia durante la permanenza all'estero. L'obiettivo principale è quello di verificare la compatibilità degli esami del loro piano di studi con le opzioni formative dell'Università ospitante. Tutti i docenti sono, inoltre, incoraggiati a fornire agli studenti stranieri una bibliografia in lingua utile alla preparazione degli esami, utilizzando le risorse cartacee ed elettroniche disponibili nelle biblioteche di Ateneo.

Descrizione link: Accordi Erasmus ed extra UE

Link inserito: <http://iro.unimc.it/it/accordi-intern/universita-partner>

Nessun Ateneo



QUADRO B5

Accompagnamento al lavoro

01/06/2023

Le attività di accompagnamento dei laureati al mondo del lavoro vengono gestite dall'Ufficio Valorizzazione della Ricerca, ILO e Placement dell'Area Ricerca. In particolare sono offerti i seguenti servizi:

- Servizio informazioni su tirocini extracurricolari, placement, orientamento al lavoro, incontri con aziende, ecc.;
- Pubblicazione di offerte di tirocinio/lavoro – l'Ufficio pubblica nella bacheca on line "Offerte di lavoro" tutte le offerte di tirocinio/lavoro provenienti dalle aziende. I laureati possono aderire ad una delle offerte pubblicate o individuare autonomamente un'azienda. L'Ufficio garantisce, in tal caso, supporto per l'attivazione del tirocinio extracurricolare;
- Career day - appuntamento annuale in cui laureandi e laureati possono sostenere colloqui individuali di selezione con i manager o i responsabili delle Risorse Umane delle aziende del territorio che hanno posizioni aperte, inviare il proprio curriculum e partecipare alle presentazioni aziendali. Durante l'evento sono organizzati workshop di formazione dedicati:
 - alle aziende e focalizzati sulle opportunità degli strumenti di inserimento lavorativo (tirocini, apprendistati, dottorati eureka, bandi, agevolazioni fiscali, tendenze del mercato del lavoro, ecc.) al fine di accrescere la percezione dell'importanza dell'inserimento di laureati nel proprio organico e della qualità dei laureati dell'Ateneo;
 - ai laureandi e laureati focalizzati su tematiche quali: come scrivere un curriculum, come affrontare un colloquio di selezione, come sviluppare competenze trasversali, ecc.;
- Pubblicazione del curriculum - attraverso la piattaforma Almalaurea i laureandi e i laureati possono pubblicare sul sito web il proprio curriculum, aggiornarlo costantemente per essere visibili a potenziali datori di lavoro, oltre a candidarsi per le offerte di lavoro sia tramite il canale Almalaurea sia tramite il sito di Ateneo;
- Tirocini extracurricolari – l'Ufficio si occupa delle procedure di attivazione dei tirocini extracurricolari che i laureati, i dottori di ricerca (di età inferiore a 30 anni) o coloro che hanno conseguito un titolo di studio accademico post laurea, possono attivare in Italia o all'estero;
- Gli appuntamenti del placement - percorso di formazione e orientamento al lavoro dal titolo "La formazione umanistica in ambito aziendale", realizzato in collaborazione con l'Istituto Adriano Olivetti (ISTAO) di Ancona, consistente in un ciclo di incontri con esperti aziendali (manager e consulenti) su tematiche come l'orientamento alle professioni, il valore del team working, ecc., per preparare laureandi e laureati ad affrontare il mondo del lavoro in maniera consapevole ed efficace, mettere a fuoco i propri punti di forza, obiettivi, aspettative e confrontarsi con le esigenze di imprese e mondo del lavoro; le tematiche affrontate sono le seguenti:
 - come preparare al meglio un curriculum;
 - come affrontare un colloquio di lavoro;
 - come è strutturato il processo di selezione in azienda;
 - quali caratteristiche cercano le imprese da un giovane;
 - quali sbocchi in azienda per i vari tipi di laurea;
 - quali sono le professioni emergenti;

- come sta cambiando il mondo del lavoro;
- sperimentare il lavoro in team;
- personal branding e web reputation.

Laboratorio Umanistico per la Creatività - l'Ufficio attiva ogni anno un percorso formativo per stimolare e sviluppare la creatività e l'attitudine all'innovazione degli studenti e dei laureati con particolare riguardo allo sviluppo di competenze trasversali e alla sperimentazione di nuove procedure in grado di sostenere l'autoimprenditorialità e il collegamento tra la formazione ricevuta e le attività di impresa.

Oltre alle attività previste a livello di Ateneo, il Dipartimento di Economia e Diritto organizza incontri con aziende operative sul territorio regionale o nazionale al fine di favorire il contatto tra i laureati/laureandi e il mondo del lavoro.

Tra le attività del Dipartimento volte a questo scopo, nel 2016 è stata istituita l'iniziativa "Vivi 5 giorni da Manager", promossa da Manageritalia, Federmanager e Università di Macerata – Dipartimento di Economia e Diritto. Il progetto ha l'obiettivo di fornire indicazioni relative all'orientamento al lavoro e all'apprendimento di specifiche competenze manageriali ed è stato pensato per offrire agli studenti selezionati un'esperienza sul campo per capire cos'è il mondo del lavoro, chi è e cosa fa il manager, indirizzare il proprio futuro professionale e avere altresì un'opportunità di inserimento nell'azienda. La selezione coinvolge una quindicina di aziende e altrettanti manager e studenti iscritti ai Corsi di laurea del Dipartimento di Economia e Diritto o neolaureati. Il periodo di svolgimento delle singole esperienze in azienda si estende orientativamente da Giugno ad Ottobre e al termine dell'esperienza è previsto un seminario per la valutazione e discussione dei risultati raggiunti.

Per quanto riguarda la attività finalizzate all'accompagnamento al lavoro, si evidenzia la collaborazione del Dipartimento con l'A.Fo.Prof. (Associazione Formazione Professionisti). Il DED fa parte del Comitato Scientifico dell'A.Fo.Prof. (una docente del DED è sempre stata coordinatrice dello stesso) e l'Associazione è costituita dagli ODCEC di Macerata e Camerino, Ancona, Ascoli Piceno e Fermo. La collaborazione nasce nel 1998 e la convenzione quadro tra il Dipartimento e l'Associazione è stata rinnovata nel 2022. L'obiettivo dell'Associazione è quello di promuovere la formazione e l'aggiornamento dei praticanti e dei professionisti iscritti agli Ordini attraverso la realizzazione di corsi, seminari e convegni. In particolare, per i praticanti è stato reiteratamente (ogni anno dal 1998) realizzato il Corso di preparazione agli esami di Stato per Dottore Commercialista, Esperto Contabile e Revisore legale, nell'ambito del quale diversi docenti del DED tengono lezioni e seminari; per i professionisti, ugualmente, sono stati organizzati cicli di formazione, convegni e seminari accreditati per assolvere all'obbligo della formazione professionale continua.

Inoltre, il DED fa parte del Comitato Scientifico della SAFMedioadriatica Commercialisti (docenti del DED hanno fino ad oggi assunto il ruolo di coordinatori). La Scuola di Alta Formazione nasce, nel 2015, come Associazione tra tutti gli ODCEC dell'Abruzzo, delle Marche e del Molise andando a coinvolgere tutte le Università delle tre regioni. L'obiettivo dell'Associazione è di valorizzazione e tutelare la figura professionale del Dottore Commercialista e dell'Esperto Contabile attraverso la progettazione di Corsi di Alta Formazione, curata dal proprio Comitato Scientifico, e la realizzazione di percorsi formativi altamente qualificati.

Infine, all'interno del Dipartimento sono state individuate due figure di riferimento per quanto riguarda l'accompagnamento al lavoro degli studenti (la Delegata all'orientamento in uscita e la Delegata al placement e ai tirocini extra-Erasmus) la cui attività si sostanzia principalmente nel contattare imprese disponibili ad accogliere tirocinanti e stagisti e promuovere accordi per tirocini; informare gli studenti di eventuali iniziative che possono coinvolgerli già prima del perfezionamento della laurea; seguire gli studenti impegnati in particolari tirocini formativi.

Link inserito: <https://www.unimc.it/it/lavoro-territorio>



Il percorso formativo del corso di laurea magistrale è accompagnato da diverse iniziative che vengono organizzate dai docenti all'interno dei singoli corsi, come seminari e workshop con imprenditori, manager ed operatori dei vari settori. Gli incontri - sviluppati ogni anno - costituiscono per gli studenti un momento importante di approfondimento delle varie tematiche oggetto di studio e di conoscenza delle problematiche aziendali.

Queste iniziative rappresentano occasioni di confronto anche per gli organi deputati alla progettazione dei percorsi didattici, che traggono informazioni utili al fine di individuare opportunità miglioramento. Ciò consente, nel tempo, non solo di rafforzare la coerenza tra gli obiettivi del Corso di Studio e le attività erogate, ma anche di sviluppare iniziative finalizzate a fornire agli studenti gli strumenti per un migliore apprendimento e l'acquisizione di conoscenze e competenze utili per inserirsi nel mondo del lavoro.

Link inserito: <http://>



QUADRO B6

Opinioni studenti

La valutazione della didattica per il Corso di Studio in Management e Marketing Internazionale (MMI) viene effettuata sulla base delle informazioni riportate nel Monitor Integrato di Ateneo (MIA), che raccoglie le risposte ai questionari di valutazione della didattica compilati dagli studenti, anche mettendo a confronto i risultati del Corso di Studio con quelli del Dipartimento e dell'Ateneo. La misurazione è definita sulla base di una scala da 0 a 10. I valori di seguito commentati fanno riferimento alle opinioni degli studenti rilevate nell'anno accademico 2022-2023.

Si evidenzia in proposito che l'anno accademico osservato è relativo al primo anno di attivazione del Corso in oggetto, istituito a seguito di un cambio di ordinamento del Corso di Studio di Consulenza e Direzione Aziendale. Per tale ragione, i dati analizzati riguardano possono fornire indicazioni relativamente parziali.

Per ciò che concerne le conoscenze preliminari possedute, queste risultano più che sufficienti per la comprensione degli argomenti d'esame, sebbene questo aspetto sia più rilevante per i frequentanti (punteggio di 7,68) rispetto ai non frequentanti (6,83). Anche il carico di studio degli insegnamenti viene percepito come proporzionato ai crediti assegnati (7,95 per i frequentanti e 6,83 per i non frequentanti).

Molto positivi i punteggi dati agli insegnamenti e all'organizzazione delle attività didattiche: interesse verso argomenti trattati (7,95), materiale didattico (8,04), modalità di esame (8,37), orari lezioni (9,04), capacità dei docenti di stimolare/motivare verso la disciplina (8,08), disponibilità e reperibilità del docente (9,07).

Secondo gli studenti gli insegnamenti sono stati svolti in maniera coerente con quanto indicato nel sito web del corso (8,64). Ciò conferma l'efficacia dell'attività svolta dai singoli docenti nella descrizione degli insegnamenti, dei relativi contenuti e della modalità di valutazione nella pagina web del corso. Ciò deriva da un processo messo in atto dall'Ateneo nell'A.A. 2022-2023, finalizzato all'istituzione di nuove schede descrittive degli insegnamenti (Syllabus), che forniscono allo studente informazioni più dettagliate ed esaustive su ogni singola attività didattica rispetto al tradizionale 'Allegato C' precedentemente utilizzato.

Sebbene la maggior parte degli studenti ritiene di non dover fornire suggerimenti aggiuntivi, tra coloro (frequentanti e non) che hanno avanzato proposte si segnalano principalmente un alleggerimento del carico didattico complessivo, un miglioramento del materiale didattico, un maggiore supporto nelle attività didattiche e la possibilità di ricevere più conoscenze di base.

Alla luce dei dati acquisiti, si rileva un giudizio complessivamente positivo sull'efficacia del percorso formativo, specialmente in considerazione del fatto che il Corso di Studio MMI è al suo primo anno di attivazione. Ciò richiede tuttavia una particolare attività di monitoraggio, al fine di individuare eventuali criticità ed intervenire con puntuali azioni migliorative.

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: questionari valutazione didattica_22-23

11/09/2023

I dati relativi al grado di soddisfazione dei laureati vengono presentati nell'indagine annuale svolta da AlmaLaurea, in cui vengono illustrati sia le valutazioni relative alle attività didattiche e al percorso formativo, sia le informazioni riguardanti le condizioni occupazionali e l'efficacia delle conoscenze e competenze acquisite per lo svolgimento dell'attività lavorativa. Tuttavia, per il Corso di Studio in Management e Marketing Internazionale (MMI) non è possibile effettuare alcuna rilevazione, dal momento che il CdS è al primo anno di attivazione e soltanto al termine dell'A.A. 2023-2024 si concluderà il ciclo del biennio e quindi sarà possibile effettuare un'analisi delle valutazioni dei laureati.



▶ QUADRO C1

Dati di ingresso, di percorso e di uscita

I dati elaborati dall'Ateneo di Macerata mediante il sistema Monitor Integrato di Ateneo (MIA) relativi all'A.A. ^{11/09/2023} 2022-2023 mostrano che il numero degli studenti iscritti al I anno del Corso di Studio (CdS) in Management e Marketing Internazionale (MMI) sono 37, di cui 25 regolari attivi.

Un dato particolarmente significativo riguarda la voce 'Fedeltà all'Ateneo'. Per quanto riguarda il Dipartimento di Economia e Diritto si rileva un significativo incremento rispetto agli A.A. precedenti della percentuale degli studenti che, avendo conseguito il titolo di laurea triennale, si sono iscritti ai CdS magistrali offerti dal Dipartimento (31,03% nel 2020-2021, 39,06% nel 2021-2022 e 50,75% nel 2022-2023). Tale incremento può essere attribuito all'attività di costante monitoraggio e miglioramento dell'offerta didattica, attuata anche mediante istituzione di nuovi CdS e cambi di ordinamento didattico.

Il CdS in MMI è stato infatti strutturato per offrire un percorso formativo innovativo e finalizzato all'apprendimento di conoscenze e competenze più rispondenti alle attuali esigenze del mercato del lavoro.

Il grado di attrattività del nuovo CdS viene confermato anche dall'incremento della percentuale di studenti provenienti da altri Atenei che si sono iscritti al CdS MMI (18,92%) rispetto a quelli iscritti al CdS prima del cambio ordinamentale (8,33%).

Un aspetto critico riguarda la mancanza di studenti iscritti stranieri e/o con titolo straniero. In tal senso si rendono necessarie attività migliorative al fine di incrementare il grado di attrattività del CdS MMI, specialmente in considerazione del fatto che attualmente alcuni insegnamenti presenti nel curriculum in Marketing e Mercati Globali (MMG) sono erogati in lingua inglese e che – in prospettiva – tale curriculum potrebbe essere totalmente strutturato in inglese.

Visto che si è concluso il primo anno del CdS MMI, l'unico dato che è possibile rilevare riguarda la media dei CFU acquisiti al 05/08/2023 che sono 30,59, mentre non sono ancora disponibili altre indicazioni come tasso di reiscrizione dal I al II anno, media di CFU acquisiti alla fine del II anno, tasso di abbandono e numero laureati.

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Gruppo indicatori didattica_22-23

▶ QUADRO C2

Efficacia Esterna

I dati relativi alla condizione occupazionale dei laureati sono tratti dall'indagine svolta annualmente da AlmaLaurea. ^{11/09/2023}

Non essendosi concluso il ciclo biennale del CdS, non vi sono studenti che hanno conseguito la laurea in Management e Marketing Internazionale e non è pertanto possibile analizzare i dati sull'efficacia del percorso formativo e l'inserimento nel mondo del lavoro.

▶ QUADRO C3

Opinioni enti e imprese con accordi di stage / tirocinio curriculare o extra-curriculare

Al fine di valutare l'efficacia dei tirocini formativi, l'Ateneo maceratese somministra un questionario ai tutor delle Aziende/Enti ospitanti stage curricolari di studenti dell'Ateneo di Macerata, allo scopo di comprendere quali competenze e ^{11/09/2023}

capacità possedute dagli stagisti sono state maggiormente apprezzate o giudicate critiche dall'organizzazione ospitante e, in generale, ricevere un feedback sullo stage effettuato dagli studenti. Inoltre, dalle risposte ai questionari è altresì possibile cogliere gli elementi della preparazione universitaria dei tirocinanti maggiormente funzionali al ruolo svolto e quelli da potenziare.

Visto che il CdS in MMI è al primo anno di istituzione e in considerazione del fatto che solitamente le attività di stage e tirocinio vengono svolte nel secondo anno, non sono ancora disponibili indicazioni quali tipo di azienda, attività svolte e capacità e competenze espresse dallo studente.



▶ QUADRO D1

Struttura organizzativa e responsabilità a livello di Ateneo

12/06/2023

La struttura organizzativa e le responsabilità a livello di Ateneo e nelle sue articolazioni interne sono descritte nel documento "Attori e responsabilità nei processi di Assicurazione della Qualità: linee guida".

Inserire il link:

Link inserito: <https://www.unimc.it/it/qualita/sistemaAQ/linee-guida-processi-assicurazione-qualita-ateneo>

▶ QUADRO D2

Organizzazione e responsabilità della AQ a livello del Corso di Studio

14/06/2023

In conformità al modello delineato dal Presidio di Qualità di Ateneo ai fini della messa in opera del Sistema di Gestione della Qualità, il delegato alla didattica del Dipartimento è incaricato di diffondere la cultura della qualità nel Dipartimento e nel Corso di Studio, supportare il Presidente di Classe nello svolgimento dei processi di AQ e, fungendo da collegamento tra il corso di studio e il PQA, favorire flussi informativi appropriati.

A occuparsi delle attività di autovalutazione del corso di studio (monitoraggio e riesame), nel rispetto delle norme di legge e delle indicazioni del delegato alla didattica, è il Gruppo di gestione AQ che si occupa di:

- compilare la SUA-CdS e la Scheda di Monitoraggio Annuale, evidenziando al CdS le problematiche rilevate a seguito dell'analisi dei dati;
- redigere il Rapporto di Riesame Ciclico del CdS, monitorando lo stato di avanzamento delle azioni e il raggiungimento degli obiettivi;
- coadiuvare il Presidente di CdS nella redazione del documento di autovalutazione per l'Accreditamento Periodico.

Il Gruppo di gestione AQ si riunisce di norma più volte l'anno anche in funzione delle richieste di natura amministrativa e per ottemperare alle scadenze delle azioni di ordinaria gestione, nonché per valutare gli effetti di eventuali azioni correttive. Ha la seguente composizione minima: un rappresentante degli studenti, il Presidente del corso di studio, un componente dell'U. O. della didattica, l'eventuale referente per la scheda SUA, un docente di riferimento del corso di studi.

Il Consiglio di Classe e il Gruppo AQ si relazionano costantemente con la Commissione Paritetica docenti-studenti competente per il Corso di Studio, recependo le loro valutazioni e favorendo la discussione collegiale, nel Consiglio di Classe, delle criticità che la commissione eventualmente rileva.

In seno al Consiglio di Classe vengono illustrati e discussi tutti i documenti di AQ di pertinenza del corso (scheda di monitoraggio annuale, SUA-CdS, riesame ciclico, relazione della commissione paritetica, relazione del NdV e del PQA); l'obiettivo è individuare, in questa sede, eventuali azioni correttive da attuare per superare le criticità emerse, nonché i tempi e le responsabilità di tali azioni. Il gruppo di riesame si occupa di monitorare il raggiungimento degli obiettivi fissati secondo i termini stabiliti.

Link inserito: <http://>

▶ QUADRO D3

Programmazione dei lavori e scadenze di attuazione delle iniziative

12/06/2023

Il Presidio Qualità di Ateneo coordina la programmazione generale dei lavori e monitora il rispetto delle scadenze di attuazione delle iniziative.

Il gruppo di gestione AQ del Corso di Studio in Consulenza e Direzione aziendale organizza degli incontri periodici durante i quali si procede a:

- Monitorare durante tutto l'anno lo stato di avanzamento delle azioni di miglioramento indicate nella scheda di monitoraggio annuale e nei riesami ciclici; da questa attività possono scaturire solleciti o rimodulazioni delle scadenze o dei contenuti delle iniziative.
- Realizzare, durante i mesi giugno-settembre, l'analisi degli indicatori di performance tramite la compilazione della scheda di monitoraggio annuale e la relazione della Commissione Paritetica Docenti e Studenti, al fine di identificare criticità che richiedono analisi supplementari volte alla identificazione delle possibili cause e delle conseguenti azioni di miglioramento. Tali analisi vengono portate in discussione in Consiglio di Classe a completamento delle osservazioni proposte dal Gruppo AQ del Corso di Studio e dalla Commissione Paritetica Docenti e Studenti. Lo scopo è quello di individuare collegialmente le migliori soluzioni alle problematiche oggetto di analisi.

La programmazione generale dei lavori e le scadenze di attuazione delle iniziative sono reperibili nel sito web.

Link inserito: <https://www.unimc.it/it/qualita/sistemaAQ/linee-guida-processi-assicurazione-qualita-ateneo>



QUADRO D4

Riesame annuale

17/05/2023

Le attività di autovalutazione sono processi fondamentali del sistema di Assicurazione della Qualità programmate ed effettuate al fine di:

- valutare la sostenibilità, l'idoneità, l'adeguatezza e l'efficacia dell'attività formativa del corso;
- individuare e quindi attuare le opportune iniziative di correzione e miglioramento, i cui effetti dovranno essere valutati sistematicamente.

Gli esiti delle suddette valutazioni sono contenuti nella Scheda di monitoraggio annuale, nel Rapporto di riesame ciclico e nella Relazione della Commissione paritetica docenti studenti.

Pdf inserito: [visualizza](#)



QUADRO D5

Progettazione del CdS



QUADRO D6

Eventuali altri documenti ritenuti utili per motivare l'attivazione del Corso di Studio

▶ QUADRO D7

Relazione illustrativa specifica per i Corsi di Area Sanitaria

**Curriculum: Management e consulenza aziendale**

Attività caratterizzanti	settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
Aziendale	SECS-P/07 Economia aziendale			
	↳ <i>PRINCIPI CONTABILI INTERNAZIONALI E BILANCIO DIGITALE (1 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i>			
	↳ <i>OPERAZIONI STRAORDINARIE E CREAZIONE DI VALORE (1 anno) - 9 CFU - semestrale</i>			
	↳ <i>STRATEGIE AZIENDALI E MODELLI DI BUSINESS (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>			
	↳ <i>AGGREGAZIONI AZIENDALI E BILANCIO CONSOLIDATO (1 anno) - 6 CFU - semestrale</i>			
	↳ <i>SOSTENIBILITA' E REPORTING DI IMPRESA (1 anno) - 6 CFU - semestrale</i>	54	39	39 - 42
	SECS-P/08 Economia e gestione delle imprese			
	↳ <i>MARKETING METRICS (1 anno) - 9 CFU - semestrale</i>			
	SECS-P/09 Finanza aziendale			
	↳ <i>FINANZA AZIENDALE (1 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i>			
Economico	SECS-P/02 Politica economica			
	↳ <i>ANALISI DELLA CONGIUNTURA ECONOMICA - Mod.B (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>	12	12	12 - 12
	↳ <i>ECONOMIA DELLE ISTITUZIONI E DELLA SOSTENIBILITA' - Mod.A (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>			
Statistico-matematico	SECS-S/01 Statistica			
	↳ <i>ANALISI DEI BIG DATA - Mod. A (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>	6	6	6 - 9

Giuridico	IUS/04 Diritto commerciale	21	15	6 - 15
	↳ <i>DIRITTO SOCIETARIO (1 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i>			
	↳ <i>DIRITTO DELLA CRISI DI IMPRESA (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>			
	IUS/12 Diritto tributario			
	↳ <i>REDDITO D'IMPRESA E PIANIFICAZIONE FISCALE INTERNAZIONALE (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>			
Minimo di crediti riservati dall'ateneo: - (minimo da D.M. 48)				
Totale attività caratterizzanti			72	63 - 78

Attività affini	settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
Attività formative affini o integrative	ING-INF/05 Sistemi di elaborazione delle informazioni	6	12	12 - 15 min 12
	↳ <i>CYBER SECURITY- Mod. A (1 anno) - 3 CFU - semestrale</i>			
	↳ <i>BLOCKCHAIN - Mod.B (1 anno) - 3 CFU - semestrale</i>			
	SECS-P/05 Econometria			
Totale attività Affini			12	12 - 15

Altre attività		CFU	CFU Rad
A scelta dello studente		12	12 - 12
Per la prova finale		12	12 - 12
Ulteriori attività formative (art. 10, comma 5, lettera d)	Ulteriori conoscenze linguistiche	6	6 - 6
	Abilità informatiche e telematiche	-	-
	Tirocini formativi e di orientamento	6	6 - 6
	Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro	-	-
Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. d			
Per stages e tirocini presso imprese, enti pubblici o privati, ordini professionali		-	-

Totale Altre Attività	36	36 - 36
------------------------------	----	---------

CFU totali per il conseguimento del titolo	120	
CFU totali inseriti nel curriculum <i>Management e consulenza aziendale</i>:	120	111 - 129

Curriculum: Marketing e mercati globali

Attività caratterizzanti	settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
Aziendale	SECS-P/07 Economia aziendale ↳ <i>STRATEGIE AZIENDALI E MODELLI DI BUSINESS (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>	51	42	39 - 42
	SECS-P/08 Economia e gestione delle imprese ↳ <i>MARKETING METRICS - Mod. A (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>			
	↳ <i>INTERNATIONAL MARKETING (1 anno) - 9 CFU - semestrale</i>			
	↳ <i>DIGITAL E SOCIAL MEDIA MARKETING (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>			
	↳ <i>GESTIONE DELLA SUPPLY CHAIN INTERNAZIONALE (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>			
	SECS-P/09 Finanza aziendale ↳ <i>FINANZA AZIENDALE (1 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i>			
Economico	SECS-P/10 Organizzazione aziendale ↳ <i>ORGANIZZAZIONE INTERNAZIONALE E GESTIONE DELLE RISORSE UMANE (1 anno) - 9 CFU - semestrale</i>	24	12	12 - 12
	SECS-P/01 Economia politica ↳ <i>FIRMS AND TRENDS IN GLOBAL MARKETS (1 anno) - 12 CFU - semestrale</i>			
	↳ <i>ECONOMIA E POLITICA DELLO SVILUPPO INTERNAZIONALE (1 anno) - 12 CFU - annuale</i>			

Statistico-matematico	SECS-S/01 Statistica ↳ ANALISI DEI BIG DATA (1 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl	9	9	6 - 9
Giuridico	IUS/04 Diritto commerciale ↳ EUROPEAN COMPANY LAW (1 anno) - 6 CFU - semestrale	6	6	6 - 15
Minimo di crediti riservati dall'ateneo: - (minimo da D.M. 48)				
Totale attività caratterizzanti			69	63 - 78

Attività affini	settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad			
Attività formative affini o integrative	ING-INF/05 Sistemi di elaborazione delle informazioni ↳ CYBER SECURITY- Mod. A (1 anno) - 3 CFU - semestrale ↳ BLOCKCHAIN - Mod.B (1 anno) - 3 CFU - semestrale	24	15	12 - 15 min 12			
	IUS/01 Diritto privato ↳ DIRITTO DEI CONTRATTI E DIGITALIZZAZIONE (1 anno) - 9 CFU - semestrale ↳ INTERNATIONAL CONTRACT LAW (1 anno) - 9 CFU - semestrale						
	Totale attività Affini				15	12 - 15	

Altre attività		CFU	CFU Rad
A scelta dello studente		12	12 - 12
Per la prova finale		12	12 - 12
Ulteriori attività formative (art. 10, comma 5, lettera d)	Ulteriori conoscenze linguistiche	6	6 - 6
	Abilità informatiche e telematiche	-	-
	Tirocini formativi e di orientamento	6	6 - 6
	Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro	-	-

Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. d

Per stages e tirocini presso imprese, enti pubblici o privati, ordini professionali	-	-
Totale Altre Attività	36	36 - 36

CFU totali per il conseguimento del titolo **120**

CFU totali inseriti nel curriculum *Marketing e mercati globali*: 120 111 - 129