



Informazioni generali sul Corso di Studi

| | |
|---|---|
| Università | Università degli Studi di MODENA e REGGIO EMILIA |
| Nome del corso in italiano | Economia e marketing internazionale (<i>IdSua:1581848</i>) |
| Nome del corso in inglese | International economics and marketing |
| Classe | L-18 - Scienze dell'economia e della gestione aziendale |
| Lingua in cui si tiene il corso | italiano |
| Eventuale indirizzo internet del corso di laurea | http://www.economia.unimore.it/site/home/didattica/corsi-di-laurea/economia-e-marketing-internazionale.html |
| Tasse | http://www.unimore.it/ammissione/tasse.html |
| Modalità di svolgimento | a. Corso di studio convenzionale |



Referenti e Strutture

| | |
|--|-------------------------------|
| Presidente (o Referente o Coordinatore) del CdS | VIGNOLA Marina |
| Organo Collegiale di gestione del corso di studio | Consiglio del corso di studio |
| Struttura didattica di riferimento | Economia 'Marco Biagi' |

Docenti di Riferimento

| N. | COGNOME | NOME | SETTORE | QUALIFICA | PESO | TIPO SSD |
|----|----------|--------------|---------|-----------|------|----------|
| 1. | BALBONI | Bernardo | | PA | 1 | |
| 2. | BROMWICH | William John | | PA | 1 | |
| 3. | FURLATI | Sara | | ID | 1 | |

| | | | | |
|----|-----------|----------|----|---|
| 4. | LEONE | Ludovica | RD | 1 |
| 5. | NARDIN | Giuseppe | PO | 1 |
| 6. | PATRIARCA | Fabrizio | PA | 1 |
| 7. | PINARDI | Roberto | PO | 1 |
| 8. | TEPEDINO | Simone | ID | 1 |
| 9. | VIGNOLA | Marina | PA | 1 |

| | |
|--------------------------------|--|
| Rappresentanti Studenti | Cuoghi Sara 293175@studenti.unimore.it D'Agosta Angelo Giovanni 231842@studenti.unimore.it Debellis Paolo 293694@studenti.unimore.it |
| Gruppo di gestione AQ | Simonetta Cotterli Sara Cuoghi Angelo Giovanni D'Agosta Paolo Debellis Lara Liverani Gianni Previdi Margherita Russo Marina Vignola |
| Tutor | Bernardo BALBONI Fabrizio PATRIARCA |

Il Corso di Studio in breve

21/03/2022

Il corso di laurea in Economia e marketing internazionale si propone di formare laureati capaci di comprendere e orientare le scelte aziendali in un contesto internazionale caratterizzato dalla crescente integrazione dei mercati e dalla rapida circolazione di prodotti, servizi, idee e innovazioni.

Queste capacità sono richieste e ricercate tanto dalle piccole e medie imprese che caratterizzano il tessuto industriale nazionale e regionale, quanto dalle organizzazioni di maggiori dimensioni. Gestire le relazioni coi clienti internazionali, comprenderne le esigenze, valutare l'attrattività e le potenzialità future dei diversi mercati, saper scegliere e gestire le modalità di entrata sui diversi mercati, anche attraverso gli strumenti del digital marketing, saper interagire e comunicare con i partner esteri possedendo una solida competenza linguistica, sono tutte esigenze che assumono importanza critica per il successo competitivo delle imprese. A questa domanda il corso di laurea in Economia e marketing internazionale risponde con un'offerta formativa mirata a far maturare negli studenti, oltre ad un adeguato profilo di competenze, una capacità di giudizio e di autonomia che li possa supportare nello sviluppo delle proprie scelte professionali. La formazione di queste capacità viene favorita dall'offerta di un percorso didattico che contempla l'uso sistematico di esercitazioni e casi di studio, la partecipazione a seminari con manager di imprese nazionali ed internazionali. L'esperienza di stage, anche all'estero, costituisce un ulteriore strumento di acquisizione di capacità analitiche, critiche ed operative autonome.

Il percorso didattico si articola sullo sviluppo integrato di quattro aree di apprendimento.

La prima è rappresentata dalle conoscenze delle principali tecniche e metodologie aziendali essenziali per la gestione delle imprese.

La seconda riguarda l'apprendimento dei fondamenti dell'economia internazionale e degli strumenti di analisi delle strutture industriali.

La terza si rivolge allo sviluppo delle competenze di marketing con particolare riferimento agli strumenti e alle tecniche di valutazione dei mercati internazionali, alle strategie di entrata sul mercato estero e alla gestione delle politiche di marketing internazionale.

La quarta, infine, che caratterizza in modo innovativo l'offerta didattica del corso di laurea in Economia e marketing internazionale, porta al possesso di una solida competenza in ambito linguistico, competenza che riguarda la lingua inglese, ed una seconda lingua straniera a scelta tra tedesco, spagnolo, francese.

L'ampiezza dei contenuti formativi del corso permette l'accesso a un vasto spettro di occupazioni qualificate. Al termine del percorso formativo lo studente dispone di un articolato patrimonio di conoscenze economiche, linguistiche, e di marketing che lo mettono in condizione di operare nelle imprese italiane già fortemente impegnate sui mercati esteri o che stanno avviando la propria internazionalizzazione. In queste imprese, il laureato in Economia e marketing internazionale può operare nelle funzioni marketing, commerciale, approvvigionamento, in ruoli di assistenza alla direzione generale. Il profilo di competenze acquisite mette i laureati in condizione di accedere con successo alle opportunità di impiego in ruoli analoghi offerti da imprese estere e multinazionali.

Il processo di formazione offerto dal corso può essere messo a frutto anche in altri ambiti del mercato del lavoro, quali associazioni imprenditoriali, centri di servizi alle imprese, banche e altre istituzioni finanziarie che supportano l'internazionalizzazione del sistema economico, altre imprese di servizi, organismi internazionali pubblici e privati.

Le lezioni saranno erogate in presenza e non sarà garantita la diretta streaming, fatte salve oggettive ragioni organizzative del Dipartimento, in caso di perdurare della situazione pandemica.

Le lezioni sono di norma videoregistrate, utilizzando Microsoft Teams. Il docente, che registra le lezioni, renderà visibili le registrazioni, valutando il momento più opportuno secondo le esigenze della classe.

La piattaforma informatica di supporto alla didattica è Moodle: sulla piattaforma saranno caricati i programmi dei corsi, i materiali didattici, i link alle lezioni videoregistrate (ove previsto).

Link: <http://www.economia.unimore.it/site/home/didattica/corsi-di-laurea/economia-e-marketing-internazionale.html>



QUADRO A1.a

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

27/01/2022

Un'approfondita e completa attività di consultazione delle principali rappresentanze del mondo del lavoro e delle professioni è stata condotta in occasione del passaggio al nuovo ordinamento universitario, ed in modo funzionale alla progettazione della conseguente nuova offerta formativa, come richiesto dal D.M. 270/2004. Tale ricognizione è stata coordinata a livello di Facoltà ed ha coinvolto tutti i corsi di laurea, i quali hanno poi orientato la consultazione verso gli stakeholder più significativi in relazione alle specificità e alle caratteristiche di ciascun corso di laurea. I contenuti di questa indagine hanno poi orientato i meccanismi di consultazioni utilizzati negli anni successivi.

Il corso di laurea in Economia e Marketing Internazionale EMI si avvale del contributo di valutazione e proposta di un Comitato d'indirizzo, relativamente ai temi costitutivi dei programmi degli insegnamenti e all'evoluzione del fabbisogno formativo sul mercato del lavoro. Il Comitato di indirizzo è stato negli anni progressivamente rafforzato per migliorarne la rappresentatività e l'efficacia nel supporto al Corso di Studio. Nel Comitato d'indirizzo sono presenti manager e esperti in ambito economico e di management operanti nel campo dell'industria e dei servizi: Giovanni Basile si occupa di consulenza per l'internazionalizzazione e opera anche in ambito di imprese multi-utilities, Alberto Belluzzi opera nell'associazionismo per piccole imprese industriali, Davide Boni è marketing manager in settori high-tech, Daniele Cavazza opera in una associazione di piccola impresa commerciale, Edwin Colella ha esperienza in ambito di grandi imprese industriali italiane e estere, Gianni Previdi è formatore e coach sull'innovazione e trasformazione digitale, Massimo Malpighi è presidente dell'Acetaia Malpighi, oltre a Gianluca Marchi, docente del corso di studi e Marina Vignola, presidente del corso di studi.

Le consultazioni più recenti sono state condotte attraverso: a) due riunioni telematiche in data 17 gennaio 2019 e 7 maggio 2020, b) una riunione tenuta a distanza tramite google meet in data 4 giugno 2020, c) una comunicazione mail in data 11 dicembre 2020. Sono stati analizzati gli obiettivi formativi attuali, la coerenza tra obiettivi e struttura del corso, i fabbisogni emergenti di competenze in ambito di management e di internazionalizzazione, il ruolo dei tirocini aziendali nell'ambito delle strategie di uscita degli studenti sul mercato del lavoro, l'opportunità di avanzare proposte di revisione dell'attuale offerta formativa. Dalla consultazione esce ribadita la rilevanza dei profili di competenze che il corso si propone di formare, inclusa la specifica formazione in ambito di lingue straniere. Vengono tuttavia rimarcati alcuni elementi e proposte alcune riflessioni e suggerimenti come di seguito riportato. Una prima osservazione è il carattere eccessivamente generalista degli insegnamenti, in particolare del 1° anno. Si evidenzia quindi l'opportunità di ripensare l'impianto della base comune del CdS, al fine di rendere anche gli insegnamenti del 1° anno più aderenti agli obiettivi formativi del CdS. Si evidenzia inoltre l'opportunità di dare un taglio maggiormente internazionale agli insegnamenti, in particolare di area giuridica e aziendale. Il comitato di indirizzo ha poi enfatizzato il ruolo che il digitale sta assumendo nell'organizzazione delle imprese, nella catena del valore, e nelle relazioni tra impresa e cliente. Sulla base di queste considerazioni viene quindi l'indicazione di arricchire gli attuali insegnamenti con nuovi contenuti come quelli della digitalizzazione, che impattano anche sui processi di internazionalizzazione delle imprese. Il suggerimento è quello di approfondire queste tematiche attraverso seminari tenuti da esperti di settore, da inserire all'interno di alcuni insegnamenti, in particolare quelli di marketing. Viene inoltre suggerita l'opportunità di avviare percorsi di collaborazione con imprese o associazione di categoria, su progetti e tematiche ad integrazione delle conoscenze teoriche acquisite, e di pensare nuove modalità di progettazione e gestione dei percorsi di tirocinio presso le imprese da proporre agli studenti su tematiche specifiche, che possono essere oggetto di interesse anche per le imprese.

Le consultazioni con il Comitato di indirizzo hanno anche evidenziato una rilevanza crescente delle competenze trasversali, legate alla autonomia di giudizio, all'abilità di lavorare in team. Queste indicazioni sono state oggetto di discussione in sede di corpo docenti e recepite nell'attuale offerta formativa, al fine di aggiornare i programmi esistenti e riallineare i processi di formazione delle skills con i fabbisogni presenti sul mercato del lavoro.

Infine, occorre ricordare che, oltre all'attività svolta attraverso il Comitato di Indirizzo, i rapporti con il territorio sono costantemente monitorati, sia dal Referente che da altri docenti di riferimento del corso, anche attraverso le numerose

attività di ricerca, consulenza, organizzazione di stage e tirocini, presentazioni aziendali e workshop, testimonianze aziendali in aula che costituiscono parte integrante dell'attività formativa stessa. Questi contatti hanno prodotto stimoli per un costante monitoraggio e manutenzione dei contenuti degli insegnamenti impartiti nel corso di laurea. Inoltre, il CdS, ai fini della rilevazione della domanda esterna di formazione, si avvale anche di studi di settore a livello nazionale. Tra questi, il Rapporto Excelsior, una indagine annuale sulle previsioni occupazionali, i fabbisogni professionali e formativi delle imprese, condotta da Unioncamere- Anpal (ultima pubblicazione consultata 2019) in collaborazione con il Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali.



QUADRO A1.b

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

25/02/2021

Il Comitato include manager e esperti in ambito economico e di management operanti nel campo dell'industria e dei servizi:

- un consulente per l'internazionalizzazione che opera in ambito di imprese multi-utilities;
- un esponente dell'associazionismo per piccole imprese industriali;
- un marketing manager in settori high-tech;
- un esponente di associazione di piccola impresa commerciale;
- un manager con esperienza in ambito di grandi imprese industriali italiane e estere;
- un coach in processi di innovazione;
- il presidente di Acetaia Malpighi e, tra le altre cose, Presidente di Ascom – Confcommercio di Modena e vice presidente provinciale;
- il presidente del corso di studi;
- un docente del corso di studi.

Nell'anno 2019 si è tenuta una consultazione formale per via telematica del Comitato di Indirizzo. Nel corso di questa consultazione sono state discusse tematiche quali: l'andamento delle immatricolazioni per l'a.a. 2018/2019; l'esperienza del corso di studi, già avviata da qualche anno, di ospitare insegnamenti tenuti da docenti di Università straniere; l'implementazione di alcuni suggerimenti, ricevuti da alcuni membri del comitato di indirizzo nel corso dell'incontro di luglio 2018, che hanno portato all'inserimento di nuove tematiche all'interno di alcuni insegnamenti. Nel mese di maggio 2020 è stata inoltre indetta un'ulteriore consultazione per via telematica del Comitato di Indirizzo. Nel corso di tale consultazione il presidente del corso di studi ha informato il comitato in merito alle iniziative intraprese dal dipartimento e dal corso di studi a seguito del blocco dell'erogazione della didattica in presenza a causa della crisi sanitaria. Sono stati inoltre forniti alcuni aggiornamenti in merito all'andamento del corso di studio, ed è stata presentata la proposta di revisione dell'offerta formativa, sollecitando prime riflessioni che sono state successivamente sviluppate in occasione dell'incontro che si è tenuto in remoto nel mese di giugno 2020. Da tale incontro sono emerse alcune riflessioni/osservazioni da parte dei membri del comitato di indirizzo con riferimento all'attuale offerta formativa, di cui si sintetizzano le principali indicazioni: (a) valutare l'opportunità di rendere più aderenti agli obiettivi formativi del CdS alcuni insegnamenti, in particolare del 1° anno, considerati eccessivamente generalisti; (b) valutare l'opportunità di dare un taglio maggiormente internazionale ad alcuni insegnamenti del CdS, in particolare di area giuridica e aziendale; (c) valutare l'opportunità di dare maggiore enfasi alle tematiche della digital transformation; (d) pensare nuove modalità di progettazione e gestione dei percorsi di tirocinio da strutturare su tematiche specifiche, di interesse anche per le imprese

Analisti dei mercati esteri, esperti di marketing, responsabili vendite

funzione in un contesto di lavoro:

I laureati in Economia e Marketing Internazionale acquisiscono competenze necessarie ad operare all'interno delle funzioni marketing, commerciale e approvvigionamento e in ruoli di assistenza alla direzione generale, sia nelle imprese industriali che nel comparto dei servizi, con particolare riferimento alle imprese operanti in contesti internazionali di mercato. Inoltre, possono operare come ricercatori e analisti di business in Centri di ricerca, Società di consulenza, Associazioni imprenditoriali ed altre organizzazioni di servizio all'internazionalizzazione.

Relativamente alla funzione marketing di impresa, le competenze principali associate alla figura professionale in formazione riguardano l'analisi di clienti e concorrenti in contesti internazionali, la segmentazione dei mercati esteri, l'identificazione e la gestione del marketing mix internazionale. In relazione alla funzione commerciale, le competenze più rilevanti attengono all'identificazione e al contatto dei clienti esteri e alla gestione operativa delle loro relazioni con l'impresa. Quanto alla funzione approvvigionamento, le competenze dei laureati sono relative principalmente alla valutazione dei mercati esteri di approvvigionamento e alla gestione delle relazioni di fornitura. Con riferimento all'inserimento in funzioni interne a Centri di ricerca e altre organizzazioni di servizio, le competenze sono associate alle metodologie di analisi dei mercati esteri e alla conoscenza di modelli adeguati per l'interpretazione dei dati a supporto delle decisioni di policy o consulenza. Infine, l'operatività all'interno di tutte queste funzioni è facilitata dal patrimonio di competenze pluri-linguistiche acquisito dai laureati del corso di Economia e Marketing Internazionale.

competenze associate alla funzione:

I laureati del corso di Economia e Marketing Internazionale possiedono competenze adeguate a svolgere, fin dai primi anni di impiego, attività relative a:

- assistenza ai responsabili commercio estero e area manager di imprese industriali e di servizi, sia nelle fasi di gestione operativa dei clienti, sia nelle fasi di analisi strategica dei mercati e dei portafogli clienti;
- assistenza ai responsabili marketing di imprese industriali e di servizi, con particolare riferimento alle attività di comunicazione rivolte ai mercati esteri, organizzazione di fiere ed eventi promozionali;
- assistenza ai responsabili del buying internazionale di impresa;
- partecipazione ad attività di ricerca in posizione di ricercatore junior o di assistant researcher;
- in senso più generale, gestione di attività commerciali, di marketing e di assistenza alla direzione generale in tutte le imprese industriali e di servizi.

sbocchi occupazionali:

L'ampiezza dei contenuti formativi del corso di laurea in Economia e Marketing Internazionale permette l'accesso ad un vasto insieme di ruoli e professioni qualificate. In particolare, i principali sbocchi occupazionali sono i seguenti:

- piccole, medie e grandi imprese già orientate ai mercati internazionali o in via di internazionalizzazione, operanti sia in settori industriali che nei servizi;
- imprese e organizzazioni di servizio alle imprese (es. Associazioni Imprenditoriali, Sindacati, Centri di ricerca pubblici e privati, Società di consulenza, Organismi internazionali) che supportano l'internazionalizzazione delle imprese e del sistema economico.

Il profilo di competenze acquisite mette i laureati in condizione di accedere con successo anche alle opportunità di impiego offerte da imprese estere e multinazionali.

1. Corrispondenti in lingue estere e professioni assimilate - (3.3.1.4.0)
2. Tecnici dell'organizzazione e della gestione dei fattori produttivi - (3.3.1.5.0)
3. Approvvigionatori e responsabili acquisti - (3.3.3.1.0)
4. Responsabili di magazzino e della distribuzione interna - (3.3.3.2.0)
5. Tecnici del marketing - (3.3.3.5.0)
6. Spedizionieri e tecnici dell'organizzazione commerciale - (3.3.4.1.0)
7. Agenti di commercio - (3.3.4.2.0)



QUADRO A3.a

Conoscenze richieste per l'accesso

18/02/2022

Per essere ammessi al corso di laurea in Economia e marketing internazionale occorre essere in possesso dei titoli di studio previsti dalla normativa vigente in materia.

Sono inoltre richieste e verificate, mediante un test d'ingresso, buone capacità di ragionamento logico, competenza nella comprensione di testi in lingua italiana, conoscenze di base di matematica, conoscenza della lingua inglese.

Il bando di ammissione viene pubblicato sul sito del Dipartimento di Economia Marco Biagi www.economia.unimore.it.

L'esito della verifica può comportare l'attribuzione di obblighi formativi aggiuntivi in ambito matematico da soddisfare entro il primo anno di corso.



QUADRO A3.b

Modalità di ammissione

05/05/2022

Il corso di laurea in Economia e marketing internazionale prevede un numero programmato d'iscritti pari a 230 e prevede il TOLC-E (Test On Line CISIA) come titolo necessario per partecipare alle selezioni.

Per accedere al corso è necessario seguire alcuni passi:

1. iscriversi al Test TOLC-E e sostenerlo nella data e nella sede prescelta;
2. iscriversi alla selezione prevista dal bando per essere inseriti nella graduatoria
3. attendere l'esito delle graduatorie e poi effettuare l'immatricolazione

Le informazioni in dettaglio su tutti i passi da seguire per iscriversi al corso sono contenute nel bando di ammissione.

Il corso prevede che lo studente sostenga il TOLC-E/TOLC@casa.

Per sostenere il TOLC-E/TOLC@casa è necessario registrarsi sul Portale del Cisia e iscriversi al test.

Lo studente può sostenere il TOLC-E/TOLC@casa presso qualsiasi università aderente al CISIA (sia nella modalità in presenza che a distanza).

La prova consiste nel rispondere a 36 quesiti, suddivisi nelle seguenti aree:

- Logica: 13 quesiti, per rispondere ai quali sono dedicati 30 minuti
- Comprensione verbale: 10 quesiti, per rispondere ai quali sono dedicati 30 minuti

-Matematica: 13 quesiti, per rispondere ai quali sono dedicati 30 minuti

La durata totale della prova è quindi di 90 minuti. I tempi parziali e totali sopra descritti sono prescrittivi. Per ciascun quesito il testo propone 5 risposte (A,B,C,D,E), una sola delle quali è esatta.

Il punteggio attribuito è il seguente:

1 punto se la risposta è esatta

0 punti se manca la risposta

-0.25 punti se la risposta è sbagliata

Il punteggio massimo attribuibile alla prova è di 36 punti.

Il Dipartimento di Economia Marco Biagi organizza nella modalità di test a distanza denominata TOLC@Casa a partire dal 23 febbraio 2022.

Le date previste sono disponibili al link: <https://www.economia.unimore.it/site/home/didattica/corsi-di-laurea/tolc-e-per-lammissione-ai-corsi-di-laurea-triennale.html>

Gli studenti e le studentesse, prima di prenotarsi, dovranno assicurarsi di avere a disposizione i dispositivi necessari elencati nel Regolamento di utilizzo del TOLC@CASA per studenti e studentesse e di poter allestire la stanza in cui sosterranno il test come indicato dal documento Configurazione stanza TOLC@CASA, prove ed esigenze di rete.

Coloro che si iscriveranno dovranno prendere visione e accettare questi documenti durante la fase di prenotazione.

Lo strumento migliore per capire se la connessione internet e il computer siano adatti per sostenere il TOLC@CASA è svolgere le simulazioni TOLC nell'area esercitazione e posizionamento.

Nell'area dedicata ai TOLC sul sito del CISIA sono disponibili le informazioni sui vari passaggi:

- Cos'è il TOLC;
- Come iscriversi al TOLC;
- Regolamenti TOLC;
- Esercitazioni TOLC;
- Il giorno del TOLC.

È importante ricordare che per poter sostenere il test è necessario aver caricato nell'area riservata TOLC, in Gestione prenotazioni, il documento di riconoscimento entro le ore 10 del giorno precedente al TOLC@CASA (entro le ore 10 del venerdì se il TOLC è il lunedì) e aver caricato la foto in Visualizza/modifica dati personali.

Dopo aver sostenuto il TOLC-E (in qualsiasi modalità), per partecipare alla selezione è necessario registrarsi sul sito di Ateneo (Esse3) seguendo le modalità e i termini perentori indicati nel bando di ammissione.

La selezione non prevede ulteriori prove ma consiste unicamente nell'inserimento nella graduatoria di merito per l'accesso al Corso di studio, sulla base del punteggio TOLC-E ottenuto.

Ai fini della graduatoria verranno accettati i test TOLC svolti sia nella modalità tradizionale TOLC-E (svolto presso le strutture universitarie consorziate) che nella modalità TOLC@casa

Il primo bando si chiuderà a inizio giugno 2022. Se non saranno coperti tutti i posti programmati, verrà pubblicato un secondo bando intorno alla fine di luglio 2022.

Agli studenti ammessi che ottengono nell'area di Matematica del TOLC un punteggio uguale o inferiore a 4/13 è assegnato un debito formativo che dovrà essere assolto entro settembre 2023. Solo dopo aver assolto tale debito si potrà sostenere l'esame di Matematica generale e finanziaria, previsto nel primo anno di corso. Coloro che non assolveranno il debito entro settembre 2023 verranno iscritti nell'anno accademico 2023/24 al primo anno di corso come 'ripetenti'.

Il TOLC-E prevede anche una sezione di lingua inglese, il cui punteggio non conta ai fini della definizione della graduatoria di ammissione, ma è funzionale per una verifica delle competenze linguistiche.

Infatti il corso di Lingua inglese (idoneità) previsto al primo anno di corso è diviso in due parti:

- il lettorato, corso tenuto da esperti madrelingua del Centro Linguistico di Ateneo, che si occupa delle 4 abilità linguistiche

(comprensione e produzione scritta e orale). Il lettorato dura tutto l'anno;

- il corso istituzionale, che si occupa della lingua di settore (inglese economico). Il corso si tiene nel 2° semestre.

Tutti gli studenti sono tenuti a seguire il corso istituzionale. Invece coloro che nella sezione di lingua inglese del TOLC (sia TOLC-E che TOLC@casa) abbiamo conseguito un esito almeno pari a 26/30 sono esonerati dalla partecipazione al lettorato del 1° semestre.

Link : <https://www.economia.unimore.it/site/home/didattica/corsi-di-laurea/tolc-e-per-lammissione-ai-corsi-di-laurea-triennale.html> (TOLC-E)



QUADRO A4.a

Obiettivi formativi specifici del Corso e descrizione del percorso formativo

16/01/2022

Il laureato in Economia e Marketing Internazionale acquisisce nel suo percorso di studio una solida base di conoscenze e competenze aziendali, integrate da conoscenze e competenze relative ad altre fondamentali aree di apprendimento, quale quella economica, statistico-matematica, linguistica, giuridica. Con forte taglio internazionale, tali aree di apprendimento, congiuntamente, consentono lo sviluppo di una piena preparazione alle destinazioni professionali del Corso.

In particolare:

- nell'area di apprendimento economico-aziendale, gli obiettivi formativi perseguiti riguardano tutte le principali attività di gestione dell'impresa, a livello amministrativo, finanziario, organizzativo, con un approfondimento particolare rivolto all'area della gestione delle leve commerciali e di marketing declinate con riferimento al contesto dei mercati internazionali;

- nell'area economica, il laureato è preparato per conoscere le basi della microeconomia e della macroeconomia come strumento per comprendere il funzionamento dell'economia internazionale. In particolare, l'obiettivo è di formare il laureato in modo specifico in materia di economia internazionale ed economia industriale, al fine di far sì che possa, oltre che disporre di una visione globale dei sistemi economici e della loro evoluzione, anche utilizzare tecniche di analisi economica dei mercati e dei settori internazionali per definirne il grado di attrattività e accessibilità;

- nell'area statistico-matematica, l'obiettivo è di dotare il laureato di conoscenze matematiche, statistiche e informatiche relative alle principali tecniche di acquisizione ed elaborazione quantitativa dei dati, sia a livello di impresa che di mercati;

- nell'area linguistica, l'obiettivo è di formare laureati che conoscano in modo approfondito la lingua inglese e una seconda lingua straniera di elezione (francese, tedesca, spagnola), così da potere interagire, sia in forma colloquiale che scritta, con interlocutori stranieri su temi di business. Il percorso di apprendimento delle lingue, grazie a una partecipazione attiva degli studenti alle attività proposte, si prefigge di migliorare e consolidare le quattro abilità linguistiche (ascolto, parlato, lettura e scrittura) nonché sviluppare capacità di apprendimento autonomo;

- nell'area giuridica, il laureato ha conoscenze approfondite delle basi giuridiche necessarie per operare in un'impresa internazionalizzata e per comprendere le basi istituzionali del funzionamento dei mercati esteri.

Il corso prevede una serie di insegnamenti introduttivi in ognuna delle aree di apprendimento sopra citate, prestando attenzione, nelle proprie aree di competenza, a tematiche che riguardano l'operare delle imprese nel contesto internazionale. A tali insegnamenti fanno seguito, a partire dal secondo semestre del secondo anno, insegnamenti finalizzati a sviluppare competenze più specializzate, particolarmente nelle aree del marketing, dell'economia industriale e

internazionale e delle lingue.

Al fine di sviluppare, a fianco delle conoscenze teoriche, anche una base di capacità applicative, le attività formative prevedono, laddove possibile, modalità didattiche volte a favorire l'applicazione dei concetti e strumenti appresi, anche attraverso esercitazioni, studio di casi, in particolare di imprese internazionalizzate, relazioni scritte. Tali capacità sono ulteriormente rafforzate con le attività di tirocinio, il cui svolgimento deve consentire di applicare le competenze apprese. Al riguardo, ad integrazione dei tirocini in essere, nuove modalità di progettazione e gestione dei percorsi di tirocinio presso le imprese vengono proposte a gruppi di studenti su tematiche specifiche, sempre in un'ottica internazionale, sviluppate in alcuni insegnamenti del corso di studio o definite in accordo con le imprese che possono essere oggetto anche di loro interesse. A tal fine, periodicamente viene proposta una survey in capo alle associazioni di categoria o alle imprese, per raccogliere o proporre aree di interesse, rispetto alle quali costruire percorsi di relazione con le imprese per gruppi diversificati di studenti, selezionati all'interno di specifici insegnamenti per determinati percorsi. Per entrambi i modelli di tirocinio, la verifica avviene tramite la presentazione di una relazione scritta, da parte dello studente, al tutor assegnato.

 **QUADRO**
A4.b.1


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

| | | |
|--|---|--|
| Conoscenza e capacità di comprensione | <p>Le conoscenze acquisite dal laureato in Economia e Marketing internazionale riguardano quattro aree di apprendimento che attengono all'ambito economico-aziendale, economico, statistico-matematico, linguistico e giuridico.</p> <p>Nell'ambito economico-aziendale, tali conoscenze coprono le principali attività di gestione dell'impresa, dall'ambito amministrativo, finanziario e organizzativo, all'ambito della gestione delle leve commerciali e di marketing, in particolare. Una forte attenzione è rivolta all'operatività dell'impresa nel contesto dei mercati internazionali, sviluppando conoscenze che riguardano gli strumenti di supporto alle scelte finanziarie delle imprese internazionalizzate; il funzionamento delle reti di fornitura globale; la gestione della leva commerciale e di marketing nei mercati internazionali, attraverso l'analisi e la selezione dei mercati esteri, l'analisi delle modalità di entrata e delle leve operative di marketing (prodotto, prezzo, comunicazione e distribuzione) per operare su tali mercati, e la gestione di aspetti inerenti all'attività esportativa, come la contrattualistica, la regolazione dei pagamenti e le problematiche doganali.</p> <p>Nell'ambito economico, le conoscenze acquisite riguardano concetti per comprendere i meccanismi di funzionamento delle moderne economie di mercato. Tali conoscenze supportano la comprensione di elementi come il funzionamento del mercato e le sue varie forme (concorrenza, monopolio, oligopolio), il comportamento dei consumatori e delle imprese, gli scambi con l'estero e il ruolo della politica fiscale e monetaria, il bilancio dello Stato ed i suoi effetti sull'economia, la struttura del sistema tributario italiano, e l'integrazione fiscale nella UE, il funzionamento dei sistemi distrettuali di piccola impresa nella prospettiva dello sviluppo economico italiano e dei processi di internazionalizzazione dell'economia, i fattori determinanti del commercio internazionale e gli effetti economici della globalizzazione.</p> | |
|--|---|--|

Nell'ambito linguistico le conoscenze riguardano la lingua inglese e una seconda lingue a scelta tra lingua francese, lingua spagnola e lingua tedesca. Tali conoscenze si focalizzano sul consolidamento delle quattro abilità di base, quali ascolto, lettura e produzione scritta e orale, finalizzate all'uso della lingua in ambito professionale. Un'attenzione è rivolta inoltre alla comprensione di diversi aspetti socio-culturali che influenzano le attività e le modalità di comunicazione a livello nazionale e internazionale.

Nell'ambito giuridico le conoscenze coprono le nozioni di base del fenomeno giuridico, relative alla teoria generale del diritto, alla struttura costituzionale dello Stato e al funzionamento delle istituzioni dell'Unione Europea, alle regole che presiedono ai rapporti tra soggetti privati, alla disciplina giuridica dell'impresa, dei titoli di credito e delle società, agli elementi di diritto del commercio internazionale.

La verifica del raggiungimento dei risultati di apprendimento avviene attraverso le prove d'esame scritte e/o orali, nonché attraverso attività, specificamente previste dagli insegnamenti, che comprendono la redazione e la presentazione di relazioni e la partecipazione ad attività seminariali. Il momento finale di verifica è costituito dalla redazione di una relazione sulle attività di tirocinio previsto a completamento del percorso.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Le conoscenze acquisite in ambito economico-aziendale supportano gli studenti nella capacità di comprendere diversi fenomeni aziendali, ed in particolare l'operatività dell'impresa nel contesto estero. Nello specifico, gli studenti sono in grado di costruire e interpretare un rendiconto finanziario per comprendere la dinamica aziendale; di individuare le modalità di utilizzo dei principali strumenti finanziari a supporto in particolare delle scelte di internazionalizzazione finanziaria delle imprese; di elaborare un piano strategico di marketing in diversi contesti competitivi, incluso quello dei mercati internazionali; di implementare modelli di analisi e selezione dei mercati esteri, utili alle imprese e alle organizzazioni e agli enti che forniscono servizi alle imprese; di individuare la modalità di entrata più adeguata in relazione alle caratteristiche dell'impresa e del mercato estero selezionato; di identificare i fattori che impattano sulla definizione delle politiche di vendita (prodotto, prezzo, distribuzione e comunicazione) nei mercati esteri selezionati.

Le conoscenze apprese in ambito economico supportano gli studenti nell'applicare gli strumenti analitici acquisiti per interpretare i fenomeni economici. Nello specifico, sono in grado di risolvere problemi di ottimizzazione e di scelta dei soggetti economici; di ragionare in termini di vincolo di bilancio e costo opportunità; di interpretare il ruolo dell'intervento pubblico in un contesto micro o macro economico; di individuare ed elaborare i dati per studiare un problema economico; di comprendere le tecniche di analisi dei sistemi di piccola impresa; di utilizzare strumenti interpretativi per analizzare l'impatto dei fattori di offerta e domanda sul consumo e sulla produzione internazionale.

Nell'ambito statistico-matematico gli studenti apprendono conoscenze matematiche di base, che riguardano tre principali ambiti, quali l'algebra lineare, il calcolo e la matematica finanziaria, e conoscenze statistiche, che riguardano la statistica descrittiva, la teoria della probabilità, l'inferenza statistica e il modello di regressione lineare semplice.

Attraverso le conoscenze acquisite in ambito statistico-matematico gli studenti sono in grado di utilizzare il linguaggio matematico e statistico nello studio e nella

formalizzazione dei problemi economici, finanziari ed aziendali; di individuare un adeguato modello statistico per la rappresentazione dei dati; di eseguire test statistici; di utilizzare strumenti di elaborazione dei dati, sia in ambito matematico che in ambito economico e statistico.

Le conoscenze acquisite in ambito linguistico forniscono le competenze necessarie per migliorare le capacità d'uso della lingua scritta e orale in contesti professionali; redigere testi chiari e strutturati; utilizzare un vocabolario tecnico relativamente ampio; interpretare e comprendere testi riguardanti argomenti generali e specialistici; prendere parte a una conversazione su tematiche generali o relative all'ambito specifico del business, anche tenendo conto di elementi di comunicazione inter- e cross-culturale.

Attraverso le conoscenze acquisite in ambito giuridico, gli studenti sviluppano competenze volte a comprendere la realtà istituzionale, italiana e europea; ad orientarsi nelle regole che sovrintendono alle attività economiche anche a vocazione internazionale; a utilizzare un linguaggio tecnico che contraddistingue l'agire giuridico; a comprendere da un punto di vista giuridico il fenomeno di impresa, anche con riferimento al contesto internazionale; a tener conto degli aspetti normativi nell'esercizio di un'attività economica, a livello nazionale ed internazionale.

Il raggiungimento della capacità di applicare la conoscenza e di comprensione avviene tramite lo studio individuale, lo svolgimento di esercitazioni su casi di studio, lo svolgimento e la presentazione in aula da parte degli studenti di progetti individuali e di gruppo previsti nell'ambito di alcuni insegnamenti. La capacità di applicare quanto appreso viene rafforzata dalle attività di laboratorio previste da alcuni insegnamenti, dalle attività svolte durante lo svolgimento dello stage. La verifica della capacità di applicare conoscenza e comprensione avviene attraverso le prove d'esame dei singoli insegnamenti, ed in particolare nelle parti delle prove che consistono nella redazione di relazioni e nella loro presentazione pubblica. Inoltre, tali capacità di apprendimento vengono verificate durante l'esperienza di stage e l'elaborazione della relazione finale.

Aziendale

Conoscenza e comprensione

I corsi introduttivi (Economia Aziendale, Programmazione e controllo, Economia e Gestione delle Imprese, Economia degli Intermediari Finanziari e Finanza nel contesto internazionale) hanno l'obiettivo di sviluppare negli studenti la conoscenza di alcuni temi fondamentali dell'economia aziendale, così che essi possano disporre delle principali chiavi di lettura dei fenomeni riferibili alla vita delle aziende di produzione e di servizi, con particolare attenzione a quelle operanti nel contesto internazionale. Vengono forniti i primi riferimenti ai concetti dell'organizzazione, del marketing, della finanza e delle altre funzioni aziendali; le conoscenze di base nell'ambito della rilevazione contabile del bilancio, approfondendo in particolare gli strumenti relativi all'analisi di bilancio, della gestione strategica d'impresa, con uno sguardo alle reti di fornitura globale, e dei sistemi e intermediari finanziari, ponendo attenzione agli strumenti di supporto alle scelte finanziarie delle imprese internazionalizzate. Una attenzione è rivolta anche a tematiche come quelle dell'economia circolare, della sostenibilità ambientale, della creazione di valore condiviso e dei modelli di business impostati sulla sharing economy.

I corsi di approfondimento sono rivolti alla conoscenza più specifica del marketing e della gestione commerciale (Marketing e B2B e Digital marketing) e dell'operatività nei mercati internazionali (Marketing internazionale e Management delle esportazioni). Il corso di Marketing ha l'obiettivo di sviluppare conoscenze relative al comportamento d'acquisto del consumatore, alle ricerche di marketing, alla segmentazione del mercato e al posizionamento, alla gestione delle leve operative di marketing (prodotto, prezzo, comunicazione e distribuzione). Il corso di B2B e Digital marketing è volto a sviluppare tematiche riferite al marketing industriale, trade e retailer marketing, approfondendo nello specifico il tema del marketing distributivo, ovvero del comportamento di mercato delle imprese commerciali, sia in termini strategici che operativi (assortimento e marca commerciale, allocazione dello spazio espositivo in punto vendita; comunicazione e promozione della fedeltà del consumatore; pricing commerciale; organizzazione di fiere ed eventi promozionali). Tali tematiche sono integrate con elementi relative all'uso del digitale a supporto di attività chiave che precedono o seguono le fasi di vendita nei rapporti commerciali dell'impresa.

Per quanto concerne Marketing internazionale, il corso si propone di offrire un quadro delle decisioni, degli strumenti e dei contenuti delle politiche di marketing delle imprese applicate ad un contesto di mercati internazionali, partendo dall'analisi e selezione dei mercati esteri e dall'analisi delle diverse modalità di entrata sui mercati esteri, fino alla gestione delle leve operative di marketing (prodotto, prezzo, comunicazione e distribuzione) in ambito internazionale. Allo studente è, inoltre, offerta l'opportunità di sviluppare conoscenze di carattere più specialistico nell'ambito del marketing internazionale: il corso di Management delle esportazioni approfondisce in chiave manageriale aspetti relativi ai processi e alle attività esportative, quali elementi di contrattualistica, trasferimento delle merci, regolazione dei pagamenti e problematiche doganali. È inoltre offerto lo sviluppo di conoscenze più specifiche in ambito di Organizzazione e gestione delle risorse umane, con un focus sulle tematiche relative al trasferimento delle pratiche organizzative nelle multinazionali.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Negli insegnamenti di base, gli studenti apprendono i concetti e il linguaggio dell'analisi aziendale e cominciano a sviluppare un primo senso critico per l'interpretazione dei fenomeni di impresa, mantenendo uno sguardo all'operatività nel contesto internazionale. Nei diversi ambiti disciplinari dell'economia aziendale gli studenti acquisiscono competenze per:

- utilizzare strumenti relativi all'analisi di bilancio al fine di comprendere la dinamica aziendale, attraverso la costruzione e la lettura degli indici di bilancio e la costruzione, lettura e interpretazione del rendiconto finanziario ;
- analizzare i lineamenti fondamentali di settori e mercati, valutare il legame tra risorse d'impresa e vantaggio competitivo;
- capire il funzionamento di base dei mercati finanziari e delle banche, nonché riconoscere le modalità di utilizzo di servizi e prodotti bancari e dei principali strumenti finanziari a supporto in particolare delle scelte di internazionalizzazione finanziaria delle imprese.

Attraverso gli insegnamenti a contenuto più specializzante, gli studenti imparano a:

- elaborare un piano integrato di marketing;
- progettare, sviluppare e presentare una ricerca di marketing, dalla definizione del problema e del disegno di ricerca, alla metodologia di raccolta dei dati, al campionamento, all'analisi e interpretazione dei dati, alla scelta delle tecniche di analisi appropriate, fino alla stesura del report di ricerca
- utilizzare tecniche di implementazione delle strategie e delle politiche di marketing nei diversi contesti competitivi, e in particolare nei mercati internazionali;
- utilizzare gli strumenti digitali a supporto delle attività di scambio in ambito industriale di materie prime, semilavorati, beni intermedi e finali, al fine di agevolare l'impresa nei suoi rapporti commerciali aumentandone l'efficienza, la sicurezza (dovuta al monitoraggio e alla certificazione dei documenti), la velocità nell'espletamento dei processi e conseguentemente la competitività.
- implementare modelli di analisi e selezione dei mercati esteri, utili alle imprese e alle organizzazioni e agli enti che forniscono servizi alle imprese
- individuare la modalità di entrata più adeguata in relazione alle caratteristiche dell'impresa e del mercato estero selezionato;
- individuare i fattori che impattano sulla definizione delle politiche di vendita (prodotto, prezzo, distribuzione e comunicazione) nei mercati esteri selezionati.

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

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

BtoB e digital marketing [url](#)

Economia aziendale [url](#)

Economia degli intermediari finanziari e finanza nel contesto internazionale [url](#)

Economia e gestione delle imprese [url](#)

Management delle esportazioni [url](#)

Marketing [url](#)

Marketing internazionale [url](#)

Organizzazione e gestione delle risorse umane [url](#)

Pianificazione d'impresa e budgeting [url](#)

Economica

Conoscenza e comprensione

I corsi introduttivi di area economica forniscono agli studenti gli elementi fondamentali per comprendere i meccanismi di funzionamento delle moderne economie di mercato. Le conoscenze di base di area microeconomica (Introduzione alla Microeconomia) riguardano i concetti di mercato e di equilibrio decentrato, il comportamento dei consumatori e delle imprese, la formazione dei prezzi, le varie forme di mercato (concorrenza, monopolio, oligopolio), la teoria dei giochi, il concetto di efficienza, gli effetti delle alterazioni degli equilibri concorrenziali e la razionalità limitata.

Nell'ambito macroeconomico (Introduzione alla Macroeconomia), le conoscenze di base riguardano il reddito nazionale, la disoccupazione, l'inflazione, il ciclo economico, gli scambi con l'estero e il ruolo della politica fiscale e monetaria. Infine, nell'ambito dell'insegnamento di Scienza delle finanze, le conoscenze fondamentali riguardano le forme di fallimento del mercato ed il ruolo dell'intervento pubblico per contrastarle, il bilancio dello Stato ed i suoi effetti sull'economia, gli effetti distorsivi e distributivi delle imposte e la struttura dettagliata del sistema tributario italiano, e l'integrazione fiscale nella UE.

I corsi di approfondimento sono rivolti alla conoscenza più specifica dell'economia industriale, con particolare riferimento al funzionamento dei sistemi distrettuali di piccola impresa (Economia e istituzioni dei distretti industriali), studiati nella prospettiva dello sviluppo economico italiano, dei processi di internazionalizzazione ed innovazione dell'economia e delle politiche industriali più appropriate. Anche in questo ambito, uno sguardo è rivolto alle tematiche relative alla trasformazione digitale e all'economia circolare nei sistemi di imprese. Lo studente, inoltre, potrà acquisire conoscenze mirate nell'ambito dell'economia internazionale (Economia internazionale), con l'obiettivo di comprendere i fattori determinanti del commercio internazionale e le implicazioni che su questo hanno le differenze tra paesi nella dotazione di tecnologia e fattori produttivi (ad esempio, il fattore lavoro). Vengono inoltre approfonditi temi relativi agli effetti economici della globalizzazione.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Gli studenti dovranno essere in grado di applicare gli strumenti analitici appresi nell'interpretazione dei fenomeni economici oggetto di dibattito. Nei corsi di base verranno sviluppate le capacità di:

- analizzare contesti di interazione tra agenti con interessi conflittuali;
- risolvere problemi di ottimizzazione e di scelta dei soggetti economici, sia con strumenti matematici che con rappresentazioni grafiche;
- ragionare in termini di vincolo di bilancio e costo opportunità;
- saper interpretare il senso ed il ruolo dell'intervento pubblico in un contesto micro o macro economico;
- saper leggere con spirito critico documenti di enti pubblici o privati di contenuto economico;
- sapere dove trovare e come elaborare i dati necessari per studiare un certo problema economico.

Nei corsi a contenuto più specialistico, l'obiettivo è di portare gli studenti a:

- comprendere le tecniche di analisi dei sistemi di piccola impresa;
- utilizzare strumenti interpretativi per analizzare le conseguenze che i grandi cambiamenti a livello di offerta e di domanda hanno sul consumo e sulla produzione internazionale.

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

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

Economia e istituzioni dei distretti industriali [url](#)

Economia internazionale [url](#)

Introduzione alla macroeconomia [url](#)

Introduzione alla microeconomia [url](#)

Scienza delle finanze [url](#)

Storia economica [url](#)

Statistico-matematico

Conoscenza e comprensione

Le conoscenze matematiche di base (Matematica e matematica finanziaria) riguardano tre principali ambiti: algebra lineare (calcolo matriciale e risoluzione di sistemi di equazioni lineari), calcolo (calcolo differenziale per funzioni di una e due variabili e calcolo integrale), matematica finanziaria (capitalizzazione e attualizzazione, rendite, ammortamenti, investimenti e finanziamenti in condizioni di certezza).

Le conoscenze statistiche di base (Statistica) riguardano la statistica descrittiva (distribuzioni, indici di posizione, indici di variabilità), la teoria della probabilità (variabili casuali discrete e continue, momenti, teoremi limite), l'inferenza statistica (campioni e distribuzioni campionarie, teoria degli stimatori, test di ipotesi) e il modello di regressione lineare semplice.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Lo studente acquisisce la capacità di:

- utilizzare il linguaggio simbolico matematico e statistico nello studio e nella formalizzazione dei problemi economici, finanziari ed aziendali;
- applicare gli strumenti matematici all'analisi e all'ottimizzazione dei processi economici, finanziari ed aziendali;
- individuare un adeguato modello statistico per la rappresentazione di dati e di utilizzare le principali distribuzioni di probabilità;
- eseguire test statistici e stimare un modello di regressione lineare semplice
- utilizzare strumenti di elaborazione dei dati, sia in ambito matematico che in ambito economico e statistico.

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

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

Informatica (idoneità) [url](#)

Matematica generale e finanziaria [url](#)

Statistica [url](#)

Linguistica

Conoscenza e comprensione

I percorsi di apprendimento della lingua inglese e delle seconde lingue si focalizzano sulla comunicazione professionale e sull'uso della lingua in ambito economico, finanziario e aziendale. La disamina di testi autentici, scritti e orali, offre, da un lato, spunti per il rafforzamento o consolidamento, a livello teorico e pratico, della grammatica e

della sintassi, e dall'altro, favorisce uno studio di aspetti lessicali e fraseologici tipici della lingua utilizzata specificamente in contesti economico-aziendali. Lo studio ragionato e approfondito di una molteplicità di pratiche comunicative autentiche introduce gli studenti agli strumenti retorico-testuali dei principali generi della business communication (vedasi ad esempio la corrispondenza commerciale, reports, minutes ecc.) e alle loro peculiarità o prerogative formali e discorsive. I corsi intendono altresì sviluppare la consapevolezza dei molteplici aspetti culturali che determinano e influenzano le attività e le modalità di comunicazione a livello nazionale e internazionale.

In particolare, il percorso di apprendimento della lingua inglese si articola sui tre anni della Laurea e si svolge attraverso lezioni di didattica ufficiale (Lingua Inglese – Idoneità, e Lingua Inglese II) a cura del docente e attraverso esercitazioni tenute dal Collaboratore ed Esperto Linguistico (CEL) di madrelingua inglese. I corsi di didattica si prefiggono complessivamente il raggiungimento da parte degli studenti del livello B2 del Quadro Comune di Riferimento del Consiglio d'Europa (Common European Framework of Reference). Ai corsi di didattica ufficiale offerti agli studenti al primo e terzo anno di corso si affiancano, sui tre anni di corso, esercitazioni linguistiche a cura dei CEL, orientate al potenziamento delle quattro abilità linguistiche, ovvero ascolto, lettura e produzione scritta e orale.

Per quanto concerne le seconde lingue (lingua francese / lingua spagnola / lingua tedesca), il percorso di apprendimento prevede nel secondo anno un corso di didattica ufficiale di primo livello e nel terzo anno un corso di didattica di secondo livello, affiancati, sui tre anni di corso, da esercitazioni linguistiche a cura dei Collaboratori ed Esperti Linguistici (CEL).

I corsi di didattica ufficiale (Lingua Francese I e II, Lingua Spagnola I e II, Lingua Tedesca I e II), il cui obiettivo è il raggiungimento da parte degli studenti del livello B1 e B2 del Quadro Comune di Riferimento del Consiglio d'Europa (Common European Framework of Reference), si propongono, attraverso la lettura, l'analisi e la successiva rielaborazione di documenti autentici, di migliorare l'abilità di ricezione e di produzione di testi scritti in ambito economico e aziendale. Lo studio di un repertorio diversificato di documenti, esemplificativi di vari generi testuali, consente agli studenti di sperimentare diverse tecniche di lettura e di analisi, di rinforzare le loro conoscenze e competenze grammaticali, lessicali nonché comunicative, e di riflettere contestualmente sulle peculiarità socioculturali dei paesi di lingua francese, spagnola, tedesca.

Le esercitazioni tenute dai collaboratori ed esperti linguistici, che si affiancano alle lezioni di didattica ufficiale, sono finalizzate al consolidamento delle quattro abilità di base: ascolto, lettura e produzione scritta e orale nella lingua standard.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Con riferimento alla lingua inglese, i corsi di didattica ufficiale e le esercitazioni linguistiche forniscono in modo sinergico le competenze necessarie per:

- migliorare le capacità d'uso della lingua scritta e orale in contesti professionali e fornire agli studenti strumenti per l'analisi e la decodifica di testi specialistici nelle aree disciplinari economiche, finanziarie e aziendali;
- redigere testi chiari e strutturati in modo adeguato (quali ad esempio lettere, fax, email e reports);
- utilizzare un vocabolario tecnico relativamente ampio;
- leggere testi riguardanti argomenti generali e specialistici (quali, ad esempio, testi tratti dalla stampa specialistica) e comprenderne le idee fondamentali;
- comprendere globalmente testi orali e brani di 'authentic spoken English';
- prendere parte a una conversazione su tematiche generali o relative all'ambito specifico del business;
- interagire con una certa scioltezza e spontaneità, anche tenendo conto di elementi di comunicazione inter- e cross-culturale.

Con riferimento alle seconde lingue, la didattica ufficiale e le esercitazioni linguistiche forniscono agli apprendenti le competenze necessarie per:

- la comprensione globale di testi le cui tematiche sono riconducibili all'ambito economico e aziendale (vedasi articoli tratti dalla stampa specialistica) nonché il riconoscimento della principale linea argomentativa dei testi stessi;
- l'individuazione e la comprensione delle informazioni principali contenute in messaggi orali riguardanti argomenti generali e/o specialistici (vedasi trasmissioni radiofoniche e televisive);
- la partecipazione a conversazioni, dibattiti e discussioni mostrando discreta scioltezza e spontaneità;
- la stesura di testi specialistici brevi, semplici e coerenti.

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

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

Lingua francese I [url](#)

Lingua francese II [url](#)

Lingua inglese (idoneità) [url](#)

Lingua inglese II [url](#)

Lingua spagnola I [url](#)

Lingua spagnola II [url](#)

Lingua tedesca I [url](#)

Lingua tedesca II [url](#)

Giuridica

Conoscenza e comprensione

I corsi introduttivi mirano a fornire allo studente una serie di nozioni e di strumenti conoscitivi elementari del fenomeno giuridico il cui apprendimento risulta propedeutico allo studio delle diverse materie della medesima area che verranno impartite negli anni successivi ed utile per ogni insegnamento, anche di natura extragiuridica, che a quelle nozioni faccia esplicito od implicito riferimento. In quest'ottica, pertanto, sono fornite sia conoscenze di base relative alla teoria generale del diritto, al sistema delle fonti ed alla struttura costituzionale dello Stato (Diritto Pubblico), nonché una conoscenza delle istituzioni e delle politiche dell'Unione Europea (Diritto dell'Unione Europea), sia conoscenze relative alle regole fondamentali che presiedono ai rapporti tra soggetti privati (diritti, obblighi e responsabilità degli operatori economici e sociali), alla disciplina giuridica dell'impresa, dei titoli di credito e delle società (Diritto privato e commerciale con elementi di diritto internazionale). Con riferimento a quest'ultimo insegnamento vengono enfatizzati elementi di internazionalità quali: norme di ordine pubblico e norme di ordine pubblico internazionale; elementi di diritto del commercio internazionale (contratti con elementi di estraneità e relative fonti; legislazione applicabile); il marchio europeo ed internazionale.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Negli insegnamenti di area giuridica gli studenti acquisiscono competenze atte a:

- comprendere la realtà istituzionale, italiana e europea, in cui si inserisce ogni attività economica ed imprenditoriale;
- operare tramite il linguaggio tecnico che contraddistingue l'agire giuridico;
- utilizzare gli strumenti ermeneutici che consentono di individuare il significato prescrittivo delle fonti del diritto ed il contenuto proprio degli accordi tra privati;
- orientarsi nelle regole che sovrintendono alle attività economiche a vocazione internazionale;
- sviluppare un primo senso critico per la comprensione giuridica del fenomeno di impresa, anche con riferimento al contesto internazionale;
- riconoscere modelli e strumenti di organizzazione e gestione dell'attività d'impresa, anche internazionale, compresa l'attività di marketing;
- imparare a tener conto degli aspetti normativi nell'esercizio di un'attività economica, a livello nazionale ed internazionale.

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

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

Diritto dell'Unione Europea [url](#)

Diritto privato e commerciale con elementi di diritto internazionale [url](#)

Diritto pubblico [url](#)

**Autonomia di giudizio**

Il Corso di Laurea in Economia e marketing internazionale, attraverso gli strumenti e le competenze pratiche e operative fornite per sviluppare l'analisi e la ricerca sulle principali problematiche che le imprese affrontano nella loro attività sui mercati internazionali, permette l'acquisizione di capacità di autonomia di giudizio, per cui il laureato:

- è in grado di raccogliere, analizzare e interpretare le informazioni relative ai processi e alle attività di marketing in contesti di mercato altamente dinamici e complessi;
 - è in grado di formulare e formalizzare giudizi sulle diverse condizioni di attrattività sia dei mercati che dei clienti internazionali, supportando il management aziendale nella formulazione e implementazione dei piani operativi;
 - ha le conoscenze necessarie per inquadrare e risolvere i principali problemi che si presentano nella gestione delle PMI che vogliono crescere sui mercati internazionali, grazie ad una conoscenza delle peculiarità che tali imprese esprimono sul piano dei processi di evoluzione e innovazione.
- L'autonomia di giudizio viene sviluppata e verificata mediante esercitazioni, seminari, preparazione di elaborati e, in occasione dell'attività di tirocinio, tramite la predisposizione della relazione in vista della prova finale.

Abilità comunicative

Il Corso di laurea in Economia e Marketing Internazionale permette l'acquisizione di competenze e strumenti per lo sviluppo di adeguate abilità comunicative e relazionali.

In particolare, il laureato:

- sa esprimere concetti e argomentare, utilizzando opportunamente la terminologia tecnico-economica, sia con interlocutori esperti che non esperti della materia, nazionali e internazionali;
- sa comunicare con efficacia informazioni, idee, problemi e soluzioni con riferimento a fenomeni e situazioni aziendali;
- sa comunicare nell'ambito di una trattativa commerciale;
- sa redigere una relazione scritta su argomenti di natura economico-gestionale, così come sa esporlo a voce utilizzando le tecniche multimediali;
- sa comunicare tenendo conto dell'influenza di elementi interculturali e cross-culturali.

Le abilità comunicative sono incoraggiate e sviluppate in occasione delle attività formative che prevedono, anche attraverso il lavoro di gruppo, la preparazione di relazioni scritte e la loro esposizione orale con l'ausilio di strumenti informatici. L'acquisizione delle abilità comunicative è prevista, inoltre, in occasione dello svolgimento del tirocinio.

Al fine di sviluppare e consolidare la conoscenza delle lingue estere (in particolare della lingua inglese) e la padronanza del linguaggio specialistico relativo alle materie economiche ed aziendali, sono previste apposite attività formative con relativa prova di verifica.

| | | |
|----------------------------------|---|--|
| Capacità di apprendimento | <p>Al termine del percorso formativo, il laureato in Economia e marketing internazionale ha sviluppato e consolidato le abilità di apprendimento necessarie per affrontare ulteriori studi universitari e post-universitari con un alto grado di autonomia.</p> <p>Le capacità di apprendimento sono conseguite nel percorso di studio nel suo complesso e valutate attraverso forme di verifica continua durante le attività formative.</p> <p>Esercitazioni, lavori di gruppo, elaborati di carattere individuale mettono alla prova le capacità di comprensione e di approfondimento di singoli temi, di analisi critica e di confronto.</p> | |
|----------------------------------|---|--|


QUADRO A4.d | Descrizione sintetica delle attività affini e integrative

18/01/2022

Le attività affini riguardano insegnamenti di lingua straniera, volti ad approfondire conoscenze di natura linguistica sull'uso della lingua nelle comunicazioni professionali, favorendo l'utilizzo di un vocabolario tecnico relativamente ampio in particolare nell'area marketing e commerciale.

Le attività affini riguardano inoltre due insegnamenti nell'ambito del marketing, volti a sviluppare tematiche riferite al marketing industriale, integrate con elementi relativi all'uso del digitale a supporto delle fasi di vendita dell'impresa, e tematiche che approfondiscono la gestione di alcuni aspetti dell'attività esportativa, come gli elementi di contrattualistica e le procedure doganali; un insegnamento nell'ambito dell'organizzazione aziendale, che sviluppa tematiche relative all'organizzazione e gestione delle risorse umane anche con riferimento alle pratiche organizzative nelle multinazionali; un insegnamento di carattere giuridico che approfondisce la conoscenza delle istituzioni e delle politiche dell'Unione Europea; e un insegnamento in ambito economico che descrive i processi concernenti la storia economica contemporanea.


QUADRO A5.a | Caratteristiche della prova finale

16/01/2022

Come prova finale è prevista la presentazione di un elaborato predisposto dallo studente sull'attività di tirocinio. Solo in casi eccezionali, debitamente regolati, la prova finale consisterà invece nello svolgimento di un progetto di ricerca.

La votazione sarà espressa in centodecimi e si baserà sulla media degli esami di profitto secondo modalità che verranno specificate nel Regolamento del Corso di Laurea. Il titolo si intende conseguito se la votazione finale è almeno di 66/110. Per conseguire la laurea lo studente deve aver acquisito almeno 180 crediti complessivi.



21/03/2022

Per conseguire la laurea in Economia e marketing internazionale, lo studente deve effettuare uno stage e una prova finale. Non si può fare lo stage quando la richiesta superi la disponibilità delle aziende o se si è studente lavoratore: solo in questi casi si deve svolgere un progetto.

Lo stage è un'esperienza lavorativa di 300 ore svolta presso enti o istituti di ricerca, organizzazioni, aziende e amministrazioni pubbliche. Nello svolgimento dello stage lo studente è seguito da un tutor di Dipartimento (docente universitario assegnato dall'Ufficio stage) e da un tutor aziendale e fa riferimento al tutor organizzativo dell'Ufficio stage.

A conclusione dello stage, lo studente, con la supervisione del tutor di Dipartimento, redige una relazione di sintesi sull'esperienza svolta. La prova finale può essere sostenuta in una lingua straniera, previo accordo con il docente relatore; in tale caso va corredata da un riassunto in lingua italiana del lavoro/dell'attività svolta.

La votazione finale di laurea è determinata a partire dal punteggio 'base' dello studente costituito dalla media dei voti conseguiti nel curriculum, ponderata per il numero dei CFU e convertita in centodecimi. A questo punteggio complessivo vengono aggiunti dei 'bonus' secondo la media, la laurea in corso, le lodi conseguite.

Le commissioni giudicatrici per la prova finale, i cui membri non possono essere meno di cinque e più di undici, sono nominate dal Direttore di Dipartimento e sono composte da professori di prima e di seconda fascia e ricercatori del Dipartimento.

La Commissione di laurea, su proposta del tutor, assegna alla prova finale un punteggio massimo di 3 punti su 110, che si sommano al punteggio di cui sopra determinando la votazione finale di laurea.

Per ogni studente viene nominato un docente o un ricercatore, incaricato di seguire la preparazione.

Il titolo si intende conseguito se la votazione finale è almeno di 66/110. Per conseguire la laurea lo studente deve aver acquisito almeno 180 crediti complessivi.

Sono previste le seguenti sessioni di laurea: luglio, settembre, novembre, dicembre, aprile.

Link : <http://www.economia.unimore.it/site/home/didattica/corsi-di-laurea/articolo890017782.html> (Modalità di svolgimento della prova finale)

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: tesi discusse nell'anno 2021



▶ QUADRO B1

Descrizione del percorso di formazione (Regolamento Didattico del Corso)

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Regolamento del corso di studio

▶ QUADRO B2.a

Calendario del Corso di Studio e orario delle attività formative

<http://www.economia.unimore.it/site/home/didattica/organizzazione-didattica.html>

▶ QUADRO B2.b

Calendario degli esami di profitto

<http://www.economia.unimore.it/site/home/didattica/organizzazione-didattica/appelli-desame.html>

▶ QUADRO B2.c

Calendario sessioni della Prova finale

<http://www.economia.unimore.it/site/home/didattica/organizzazione-didattica/sedute-di-laurea.html>

▶ 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. | IUS/09 | Anno di corso 1 | Diritto pubblico link | PINARDI ROBERTO | PO | 6 | 48 | |
| 2. | SECS- | Anno | Economia aziendale link | GIRELLA | RD | 9 | 72 | |

| | | | | | | | | | |
|-----|------------------------------|--------------------------|---|-----------------------------|----|----|----|--|---|
| | P/07 | di corso 1 | | LAURA | | | | | |
| 3. | SECS- P/08 | Anno di corso 1 | Economia e gestione delle imprese link | DOCENTE FITTIZIO | | 6 | 48 | | |
| 4. | INF/01 | Anno di corso 1 | Informatica (idoneità) link | DOCENTE FITTIZIO | | 3 | 24 | | |
| 5. | SECS- P/01 | Anno di corso 1 | Introduzione alla microeconomia link | PATRIARCA FABRIZIO | PA | 9 | 72 | | |
| 6. | L- LIN/12 L- LIN/12 | Anno di corso 1 | Lingua inglese (idoneità) link | | | 6 | | | |
| 7. | L- LIN/12 | Anno di corso 1 | Lingua inglese - I parte (<i>modulo di Lingua inglese (idoneità)</i>) link | BROMWICH WILLIAM JOHN | PA | 3 | 24 | |  |
| 8. | L- LIN/12 | Anno di corso 1 | Lingua inglese - II parte (<i>modulo di Lingua inglese (idoneità)</i>) link | BROMWICH WILLIAM JOHN | PA | 3 | 24 | |  |
| 9. | SECS- S/06 | Anno di corso 1 | Matematica generale e finanziaria link | GIANFREDA ANGELICA | RD | 12 | 48 | | |
| 10. | SECS- S/06 | Anno di corso 1 | Matematica generale e finanziaria link | MUZZIOLI SILVIA | PO | 12 | 48 | | |
| 11. | SECS- P/07 | Anno di corso 1 | Pianificazione d'impresa e budgeting link | LUGLI ENNIO | RU | 6 | 48 | | |
| 12. | IUS/04 IUS/05 | Anno di corso 2 | Diritto privato e commerciale con elementi di diritto internazionale link | | | 12 | | | |
| 13. | IUS/05 | Anno di corso 2 | Diritto privato e commerciale con elementi di diritto internazionale - I parte (<i>modulo di Diritto privato e commerciale con elementi di diritto internazionale</i>) link | | | 6 | | | |

| | | | | |
|-----|-----------|-----------------|--|---|
| 14. | IUS/04 | Anno di corso 2 | Diritto privato e commerciale con elementi di diritto internazionale - II parte (<i>modulo di Diritto privato e commerciale con elementi di diritto internazionale</i>) link | 6 |
| 15. | SECS-P/11 | Anno di corso 2 | Economia degli intermediari finanziari e finanza nel contesto internazionale link | 9 |
| 16. | SECS-P/02 | Anno di corso 2 | Introduzione alla macroeconomia link | 9 |
| 17. | L-LIN/04 | Anno di corso 2 | Lingua francese I link | 6 |
| 18. | L-LIN/07 | Anno di corso 2 | Lingua spagnola I link | 6 |
| 19. | L-LIN/14 | Anno di corso 2 | Lingua tedesca I link | 6 |
| 20. | SECS-P/08 | Anno di corso 2 | Marketing link | 9 |
| 21. | SECS-P/03 | Anno di corso 2 | Scienza delle finanze link | 6 |
| 22. | SECS-S/01 | Anno di corso 2 | Statistica link | 9 |
| 23. | SECS-P/08 | Anno di corso 3 | BtoB e digital marketing link | 6 |
| 24. | IUS/09 | Anno di corso 3 | Diritto dell'Unione Europea link | 6 |
| 25. | SECS-P/02 | Anno di | Economia e istituzioni dei distretti industriali link | 6 |

| | | | | | |
|-----|---------------|--------------------------|---|--|---|
| | | corso 3 | | | |
| 26. | SECS- P/02 | Anno di corso 3 | Economia internazionale link | | 6 |
| 27. | L- LIN/04 | Anno di corso 3 | Lingua francese II link | | 6 |
| 28. | L- LIN/12 | Anno di corso 3 | Lingua inglese II link | | 9 |
| 29. | L- LIN/07 | Anno di corso 3 | Lingua spagnola II link | | 6 |
| 30. | L- LIN/14 | Anno di corso 3 | Lingua tedesca II link | | 6 |
| 31. | SECS- P/08 | Anno di corso 3 | Management delle esportazioni link | | 6 |
| 32. | SECS- P/08 | Anno di corso 3 | Marketing internazionale link | | 9 |
| 33. | SECS- P/10 | Anno di corso 3 | Organizzazione e gestione delle risorse umane link | | 6 |
| 34. | SECS- P/12 | Anno di corso 3 | Storia economica link | | 6 |



Descrizione Pdf: Aule del Dipartimento

▶ QUADRO B4 | Laboratori e Aule Informatiche

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Aule informatiche del Dipartimento

▶ QUADRO B4 | Sale Studio

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Sale studio

▶ QUADRO B4 | Biblioteche

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Biblioteca di Economia Sebastiano Brusco

▶ QUADRO B5 | Orientamento in ingresso

Le attività di orientamento svolte dal servizio di orientamento rappresentano un utile strumento di formazione culturale e professionale sia per gli studenti degli Istituti d'istruzione secondaria che si apprestano a lasciarli, per proseguire gli studi o meno, sia per gli studenti universitari che durante il loro percorso formativo e al momento dell'uscita quando devono entrare nel mondo del lavoro. L'obiettivo primario è quello di offrire agli studenti un significativo sostegno per una scelta il più consapevole possibile, in relazione alle attitudini personali, alle aspirazioni personali e familiari e alla realtà produttiva locale, nazionale e internazionale e quindi alle effettive possibilità occupazionali che il mondo del lavoro offre in un determinato momento.

All'interno dell'Ateneo di Modena e Reggio Emilia le attività di orientamento sono svolte, in sinergia, a livello centrale e a livello decentrato: a livello centrale opera una specifica sezione della Direzione Servizi agli Studenti, a livello decentrato dei singoli Dipartimenti agisce il personale della Segreteria didattica sotto il coordinamento del delegato per l'orientamento.

Il corso di studio è coinvolto dal Dipartimento nelle attività di orientamento in ingresso realizzate dall'Ateneo. Tutte le iniziative sono raccolte in un profilo specifico a cui si accede dalla homepage del sito di Dipartimento, denominato FUTURO STUDENTE (<https://www.economia.unimore.it/site/home/futuro-studente.html>)

- "Unimore Orienta" – 22 febbraio 2022: presentazione agli studenti delle ultime classi delle scuole superiori, dell'offerta formativa del Corso di studio e dei diversi sbocchi occupazionali

Questo evento costituisce il primo contatto istituzionale fra gli studenti ed il mondo universitario e fornisce le informazioni necessarie per un primo orientamento.

21/03/2022

La pagina di orientamento contiene:

- 1) Presentazioni video del Dipartimento e del corso di studio
- 2) Presentazioni video dei servizi di Ateneo
- 3) Materiale completo della guida del Dipartimento
- 4) Video pillole su Insegnamento a distanza, Erasmus, Diritto allo Studio, Modalità di iscrizione da parte di docenti, personale amministrativo e studenti
- 5) Testimonianze di ex studenti
- 6) Illustrazione di lavori di gruppo e testimonianze degli studenti
- 7) Photogallery del Dipartimento per conoscere le sue strutture

- Unimore mi orienta al lavoro: dal DEMB all'Impresa, alla Finanza, alla Ricerca.....: i diversi mondi del lavoro dopo gli studi in Economia – 17 marzo 2022: : presentazione agli studenti delle ultime classi delle scuole superiori dei diversi sbocchi occupazionali del corso di studio con esponenti del mondo del lavoro

- “Mi piace Unimore” – luglio 2022: questo evento ha l'obiettivo da un lato di orientare gli studenti ancora indecisi in modo che possano maturare la propria scelta, dall'altro di fornire tutte le informazioni necessarie ai fini dell'immatricolazione.

- Unimore Orienta - Rimani conness@: le attività riguardano:

- a. Colloqui individuali per studentesse e studenti di scuola superiore: sarà previsto un giorno della settimana in cui, in orario pomeridiano, è possibile incontrarsi virtualmente attraverso lo strumento Bookings e la riunione di Teams;
- b. Mini eventi, per gruppo classe/scuola, su richiesta del/della docente delegato/a per l'orientamento delle scuole superiori. Verrà utilizzata come strumento sia la riunione di Teams sia l'Evento Live. La registrazione avverrà attraverso un apposito form.

- Counseling personalizzato – Sportello di ascolto: su appuntamento, in modalità virtuale.

Il servizio di Counseling, gratuito, è un supporto individuale quale strumento di crescita, conoscenza e miglioramento personale. Il Counseling è uno strumento di autoconsapevolezza che opera nell'ambito della salutogenesi con lo scopo di aiutare e sostenere la persona che si trova in situazione di momentanea difficoltà con ricadute in vari ambiti, non ultimo quello degli studi. E' un percorso di breve durata che, attraverso il dialogo e la relazione, valorizza le risorse personali dell'individuo per renderlo autonomo nelle scelte e nelle decisioni. Attraverso colloqui individuali condotti da esperti del settore - si valorizza la capacità di autosostegno nel realizzare il proprio progetto formativo - si favorisce la conoscenza dei propri punti di forza e debolezza per affrontare con efficacia situazioni difficili - si rafforza la fiducia nelle proprie capacità (empowerment).

- Incontri nelle scuole: iniziative di orientamento specifiche attraverso incontri presso le Scuole superiori del territorio a cura del Delegato per l'orientamento e la coordinatrice didattica.

- Il corso di studio organizza una giornata di accoglienza prima dell'inizio delle lezioni (sia in presenza che a distanza) per la presentazione dei servizi del Dipartimento, dalla Segreteria didattica alla biblioteca del Dipartimento (Biblioteca 'Sebastiano Brusco'), per dare informazioni sui servizi informatici offerti (gestione on-line della carriera universitaria, casella personale di posta elettronica), sull'organizzazione della didattica (calendario accademico) e sulle regole della vita in Dipartimento.

E' inoltre previsto un servizio di Accoglienza per studenti con disabilità e DSA: il Dipartimento ha individuato una commissione composta da 3 membri che si occupa del supporto degli studenti con disabilità e DSA nel corso della loro carriera universitaria

La Commissione:

- incontra gli studenti: in fase di orientamento, per dare informazioni sui corsi di laurea ma anche per capire le necessità di ciascuno studente; in itinere, per aiutarli nel corso degli studi e fornire loro i sussidi tecnici e didattici necessari per il superamento degli esami; al termine del percorso universitario, per cercare insieme percorsi di inserimento nel mondo del lavoro
- li supporta durante le lezioni e nella fase di studio;
- li supporta dal punto di vista organizzativo nella preparazione degli esami;
- sensibilizza il corpo docente rispetto all'utilizzo di strumenti e modalità didattiche e di frequenza alle lezioni, nonché rispetto alla definizione di prove d'esame funzionali alle diverse abilità degli utenti.

Sito web: <http://www.unimore.it/servizistudenti/disabili.html>

- International desk: presso la segreteria didattica è attivo uno specifico sportello riservato agli studenti internazionali per il supporto nella scelta del corso di studio e nell'espletazione degli adempimenti amministrativi (documentazione da presentare per l'ammissione, procedura all'interno del Sistema Esse3)

- Viene predisposta e inviata a tutte le matricole una apposita "Guida per le matricole" che contiene tutte le informazioni utili per gli studenti che entrano per la prima volta nel mondo universitario e che raccoglie tutte le regole previste dal Corso di studio.

- Agli studenti che, nel test TOLC-E, hanno ottenuto un punteggio uguale o inferiore a 4/13 nell'area Matematica è assegnato un debito formativo che dovrà essere assolto entro luglio 2021. Agli studenti internazionali che, nel test di accesso, hanno ottenuto un punteggio inferiore a 18/30 nell'area Matematica è assegnato un debito formativo che dovrà essere assolto entro settembre 2023. Solo dopo aver assolto tale debito si potrà sostenere l'esame di Matematica, previsto nel primo anno di corso. Coloro che non assolveranno il debito entro settembre 2023 verranno iscritti nell'anno accademico 2022-23 al primo anno di corso come "ripetenti".

Per gli studenti che hanno conseguito il debito di matematica nel test TOLC-E, viene organizzato un corso di recupero di matematica, prima dell'inizio delle lezioni.

Sul portale Eduopen, è inoltre disponibile il corso MOOC 'Esercizi di matematica di base', complementare al percorso di matematica.

Descrizione link: Sezione del sito di Dipartimento dedicata ai futuri studenti

Link inserito: <https://www.economia.unimore.it/site/home/futuro-studente.html>



QUADRO B5

Orientamento e tutorato in itinere

21/03/2022

- Corso di recupero di matematica

Un corso di azzeramento di matematica pensato, prioritariamente, per gli studenti che conseguono il debito formativo nel test di ammissione al corso di studio, ma sicuramente utile per tutti gli studenti iscritti al Corso di laurea

- Tutor del corso di studio

L'attività di orientamento e tutorato in itinere viene svolta in modo prevalente dal gruppo di docenti individuati ad hoc dal corso di studi. Questi docenti sono affiancati nel loro lavoro di tutorato da una persona della segreteria didattica che si occupa di rispondere in particolare alle richieste di carattere organizzativo e amministrativo.

- Fondo Sostegno Giovani

Un servizio importante di tutorato in itinere è quello che il Dipartimento di Economia 'Marco Biagi' ha attivato già da alcuni anni e che prevede il coinvolgimento e la collaborazione degli studenti più meritevoli al termine del loro percorso di laurea magistrale o del dottorato di ricerca. Grazie al progetto di Ateneo 'Fondo sostegno giovani', gli studenti, selezionati sulla base del loro merito accademico, svolgono esercitazioni guidate in 'Matematica generale e finanziaria', 'Economia aziendale', 'Introduzione alla Microeconomia', 'Introduzione alla macroeconomia', 'Statistica', "Scienza delle finanze", "Economia degli intermediari finanziari e finanza", materie previste nel piano di studi del primo e secondo anno di corso e che possono presentare difficoltà per le neo-matricole, per circa 90 ore ciascuno.

- Tutor d'aula

Il corso di studio è coinvolto dal Dipartimento nelle attività di tutorato in itinere che sono svolte da studenti senior-tutor selezionati ogni anno attraverso uno specifico bando di Ateneo. Il corso di studio si avvale pertanto del servizio di tutorato generale offerto e coordinato dalla Direzione Servizi agli studenti denominato 'Tutor d'aula'.

Gli studenti tutor aiutano gli altri studenti per esempio nella compilazione dei piani di studio on-line, nello studio di particolari materie considerate più impegnative, nel rispondere alle diverse domande che possono sorgere soprattutto agli

inizi della carriera universitaria rispetto ai diversi insegnamenti, alle modalità di studio, alle difficoltà di un esame in particolare

- Segreteria didattica

La segreteria didattica attiva un ricevimento rivolto a tutti gli studenti del Dipartimento che si svolge due mattine alla settimana: martedì e giovedì dalle 9:30 alle 12:30 lungo tutto l'arco dell'anno.

- Progetto di Tutorato

Obiettivo del progetto è di prevenire il fenomeno della dispersione al primo anno di corso per i corsi di laurea, e prevede la messa in atto di azioni monitoraggio e supporto alle matricole a partire dal loro ingresso nel mondo universitario.

Le carriere vengono quindi costantemente monitorate, a partire dall'analisi dell'andamento del superamento del debito di matematica, e dei successivi esami di profitto. Vengono, di conseguenza, stabilite azioni mirate ad hoc sui singoli studenti.

- Counseling personalizzato – Sportello di ascolto (su appuntamento, in modalità virtuale).

Il servizio di Counseling, gratuito, è un supporto individuale quale strumento di crescita, conoscenza e miglioramento personale. Il Counseling è uno strumento di autoconsapevolezza che opera nell'ambito della salutogenesi con lo scopo di aiutare e sostenere la persona che si trova in situazione di momentanea difficoltà con ricadute in vari ambiti, non ultimo quello degli studi. E' un percorso di breve durata che, attraverso il dialogo e la relazione, valorizza le risorse personali dell'individuo per renderlo autonomo nelle scelte e nelle decisioni. Attraverso colloqui individuali condotti da esperti del settore - si valorizza la capacità di autosostegno nel realizzare il proprio progetto formativo - si favorisce la conoscenza dei propri punti di forza e debolezza per affrontare con efficacia situazioni difficili - si rafforza la fiducia nelle proprie capacità (empowerment).

- Servizio di Accoglienza studenti con disabilità e DSA

I servizi di tutorato on line sono progettati e realizzati con particolare attenzione alla loro piena accessibilità da parte di tutti gli utenti.

L'Ateneo di Modena e Reggio Emilia, per assicurare uguali opportunità e uguali diritti agli studenti con bisogni particolari, ha attivato uno specifico servizio di Accoglienza studenti disabili e dislessici.

Allo scopo di facilitare l'accesso degli studenti con disabilità e DSA (Disturbo Specifico dell'Apprendimento) alle attività accademiche, per favorirne una migliore integrazione e partecipazione alla vita universitaria, sotto i diversi aspetti (accademici, culturali e sociali), e per garantire la fruibilità in tutti gli ambienti e l'utilizzo di particolari ausili tecnici, informatici e didattici, il Dipartimento di Economia Marco Biagi ha individuato una apposita Commissione.

La Commissione di Dipartimento, in stretta collaborazione con il Servizio disabilità d'Ateneo:

- li supporta durante le lezioni e nella fase di studio;
- li supporta dal punto di vista organizzativo nella preparazione degli esami;
- sensibilizza il corpo docente rispetto all'utilizzo di strumenti e modalità didattiche e di frequenza alle lezioni, nonché rispetto alla definizione di prove d'esame funzionali alle diverse abilità degli utenti.

Sito web: <http://www.unimore.it/servizistudenti/disabili.html>

- International desk

Presso la segreteria didattica è attivo uno specifico sportello riservato agli studenti internazionali per il supporto nel corso della carriera universitaria e nell'espletazione degli adempimenti amministrativi (per esempio la compilazione dei piani di studio on-line, nell'organizzazione dello studio, nell'iscrizione agli esami).

- Una guida per gli studenti iscritti al 2 e 3 anno per ricordare le principali regole stabilite dal Corso di studio.

- Il corso di studi prevede infine una presentazione agli studenti in merito alla definizione del piano degli studi e alle regole per la scelta degli esami a libera scelta previsti al 3 anno di corso.

Link inserito: <https://www.economia.unimore.it/site/home/studente.html>

21/03/2022

Il corso di studio prevede, al termine del percorso, uno stage obbligatorio per il conseguimento del titolo di laurea.

Attraverso questa esperienza lo studente ha l'opportunità di utilizzare concretamente la preparazione acquisita durante gli studi universitari, completando la sua formazione mediante un contatto diretto con il mondo del lavoro.

E' possibile svolgere lo stage presso aziende, enti pubblici o privati, sia in Italia che all'estero. Gli studenti interessati ad un tirocinio presso un Paese europeo hanno la possibilità di partecipare al programma Erasmus+ per Traineeship, per poter usufruire di un finanziamento a sostegno della loro mobilità.

L'Ufficio Stage di Dipartimento supporta gli studenti nella ricerca dell'ente/azienda ospitante e cura le procedure amministrative inerenti al tirocinio, anche mediante l'utilizzo della Piattaforma Servizi Placement UNIMORE.

L'attivazione dello stage è prevista dopo il conseguimento, da parte dello studente, di 140 crediti formativi universitari e la sua durata è di almeno 300 ore, per il conseguimento di 12 CFU.

Durante questo percorso formativo, lo studente è seguito da un tutor aziendale designato dall'ente ospitante, da un docente tutor scientifico di Dipartimento e da un tutor organizzativo, referente amministrativo dell'Ufficio Stage.

Al termine è prevista la stesura, sotto la supervisione del tutor scientifico, di una relazione che costituisce l'elaborato finale da presentare per il conseguimento del titolo di laurea.

L'attività di stage, ove possibile, è prevista anche in modalità a distanza. In caso di impossibilità, lo stage viene sostituito da un progetto di pari impegno.

Link inserito: <https://www.economia.unimore.it/site/home/servizi/stage--placement.html>

i

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.

Il corso di studio aderisce alle iniziative di mobilità internazionale definite a livello di Ateneo e di Dipartimento in attuazione del Piano integrato di Ateneo.

I programmi di mobilità prevedono il riconoscimento in carriera delle attività formative svolte all'estero e sono incentivati anche dall'erogazione di borse di studio garantite a tutti gli studenti che risultano ammessi al programma di mobilità.

Le iniziative di mobilità sono pubblicate sul sito di Dipartimento nella sezione dedicata.

Agli studenti che partecipano ai diversi programmi di mobilità sono dedicati appositi servizi, sia livello centrale (Ufficio mobilità studentesca) che a livello dipartimento (Ufficio Mobilità di Dipartimento), nei quali opera personale amministrativo con competenze specifiche sui diversi programmi e iniziative di mobilità.

L'ufficio mobilità del Dipartimento di Economia è la struttura di riferimento per gli studenti in tutte le fasi del programma di

scambio.

Si occupa infatti di:

- curare la diffusione delle informazioni sui programmi di scambio
- raccogliere materiale informativo sulle istituzioni partner e metterlo a disposizione degli studenti
- assistere gli studenti in ogni fase della mobilità (elaborazione delle candidature, compilazione formulari, contatti con le istituzioni straniere)
- tenere un dossier aggiornato per ogni studente
- occuparsi dell'accoglienza di studenti e docenti stranieri
- fornire consulenza relativamente a: 1) riconoscimento dell'attività effettuata all'estero; 2) aggiornamento dei piani di studio; 3) pratiche burocratiche

Il Dipartimento ha inoltre nominato una Commissione Rapporti Internazionali che si occupa della gestione operativa dei programmi di mobilità.

I principali programmi di mobilità sono:

1) Erasmus plus per studio

La mobilità degli studenti è promossa per consentire loro di seguire all'estero corsi offerti dalle sedi partner che saranno riconosciuti all'interno del piano degli studi.

2) Erasmus plus per traineeship

Grazie al programma Erasmus+ per Traineeship gli studenti possono trascorrere all'estero un periodo compreso tra 2 e 12 mesi: lo stesso studente può ricevere più borse per studio o tirocinio all'estero per un massimo di 12 mesi per ciclo di studi.

Le istituzioni che partecipano al programma possono essere pubbliche, oppure imprese, centri di formazione e di ricerca privati.

Il programma permette agli studenti del corso di studio di avere riconosciuti i 12 CFU curriculari assegnati allo stage.

Nell'ambito del Programma Erasmus+, UNIMORE offre anche ai propri neo laureati l'opportunità di effettuare un periodo di tirocinio presso imprese, centri di formazione e di ricerca presenti in uno dei Paesi partecipanti al Programma.

3) Doppia Laurea

La Doppia Laurea è un programma integrato di studio istituito da due università che permette agli studenti del corso di studio di frequentare una parte della carriera presso la propria università e una parte presso le università partner, ottenendo al termine del percorso un titolo doppio o multiplo, riconosciuto nei paesi presso i quali si è svolto il percorso universitario.

Il Corso di studio ha siglato tre accordi: a) uno con l'Università di Applied Sciences di Augsburg (Germania); b) uno con l'Università Jaume I di Castellon - Facultad de Ciencias Jurídicas y Económicas (Spagna); c) uno con l'Université d'Angers (Francia) per consentire a diversi studenti ogni anno di conseguire un doppio diploma di laurea.

<https://www.economia.unimore.it/site/home/international/doppi-diplomi.html>

Il corso di studio organizza, per i propri studenti, una presentazione dei programmi di mobilità disponibili.

Link inserito: <https://www.economia.unimore.it/site/home/international.html>

| n. | Nazione | Ateneo in convenzione | Codice EACEA | Data convenzione | Titolo |
|----|---------|--|------------------------------------|------------------|---------------|
| 1 | Austria | Carinthia University of Applied Sciences | | 16/12/2013 | solo italiano |
| 2 | Belgio | Katholieke Universiteit Leuven | 27945-EPP-1-2014-1-BE-EPPKA3-ECHE | 13/02/2014 | solo italiano |
| 3 | Belgio | Universiteit Antwerpen | 103466-EPP-1-2014-1-BE-EPPKA3-ECHE | 17/01/2014 | solo italiano |

| | | | | | |
|----|-----------|--|--|------------|------------------|
| 4 | Bulgaria | University of Economics | | 02/11/2015 | solo italiano |
| 5 | Bulgaria | Varna Free University | 210397-EPP-1-2014-1- BG-EPPKA3-ECHE | 06/06/2014 | solo italiano |
| 6 | Croazia | UniverstÄ di Zagabria | | 02/11/2015 | solo italiano |
| 7 | Croazia | Zagreb School of Economics and Management | | 20/12/2013 | solo italiano |
| 8 | Danimarca | Via University College | | 17/12/2014 | solo italiano |
| 9 | Estonia | Estonian Business School | | 20/12/2013 | solo italiano |
| 10 | Finlandia | Centria University of Applied Sciences | | 21/05/2014 | solo italiano |
| 11 | Finlandia | Seinajoki University of Applied Sciences | | 06/02/2014 | solo italiano |
| 12 | Francia | ESCE - Parigi | | 12/11/2014 | solo italiano |
| 13 | Francia | Ecole Superieure des Sciences Commerciales D'Angers ESSCA | | 28/11/2013 | solo italiano |
| 14 | Francia | NEOMA Business School | | 07/02/2014 | solo italiano |
| 15 | Francia | UniverstÄ Catholique Lille | | 01/11/2018 | solo italiano |
| 16 | Francia | UniverstÄ Poitiers | | 29/01/2018 | solo italiano |
| 17 | Francia | UniverstÄ© Lille I Sciences et Technologies | | 23/05/2014 | solo italiano |
| 18 | Francia | UniverstÄ© d'Angers | | 19/12/2014 | solo italiano |
| 19 | Francia | UniverstÄ© d'Angers | | 13/05/2020 | doppio |
| 20 | Francia | UniverstÄ© de Montpellier I | | 23/07/2014 | solo italiano |
| 21 | Germania | Bochum - Hochschule | | 02/11/2016 | solo italiano |
| 22 | Germania | Fachhochschule Augsburg | | 15/01/2014 | solo italiano |
| 23 | Germania | Fachhochschule Augsburg | | 27/01/2015 | doppio |
| 24 | Germania | Hochschule | | 20/05/2016 | solo italiano |

| | | | | | |
|----|--------------------|--|---------------------------------------|------------|------------------|
| 25 | Germania | Hochschule fur Technik und Wirtschaft (HTW) Berlin - University of Applied Sciences | | 18/09/2014 | solo italiano |
| 26 | Germania | Justus Liebig Universit t | | 16/12/2013 | solo italiano |
| 27 | Germania | Katholische Universit t Eichst tt-Ingolstadt | | 27/11/2013 | solo italiano |
| 28 | Germania | Rostock Universit t | | 02/11/2016 | solo italiano |
| 29 | Germania | University of Potsdam | | 25/11/2013 | solo italiano |
| 30 | Germania | Universit t Kassel | | 17/01/2014 | solo italiano |
| 31 | Lituania | Viesoji istaiga Klaipedos Socialiniu Mokslu Kolegija - Klaipeda | | 16/12/2013 | solo italiano |
| 32 | Marocco | Universidad de Granada | | 02/11/2015 | solo italiano |
| 33 | Norvegia | Molde University College | | 06/12/2013 | solo italiano |
| 34 | Paesi Bassi | Inholland University - Rotterdam | | 11/06/2014 | solo italiano |
| 35 | Polonia | Akademia Polonijna w Czestochowie | | 16/12/2013 | solo italiano |
| 36 | Polonia | Turon University | | 13/02/2017 | solo italiano |
| 37 | Portogallo | IESF (Escola Superior de Neg cios Atl ntico) | | 02/11/2016 | solo italiano |
| 38 | Portogallo | Instituto Polit cnico do Porto | | 22/01/2014 | solo italiano |
| 39 | Portogallo | Instituto Universitario de Lisboa (ISCTE-IUL) | | 14/01/2014 | solo italiano |
| 40 | Portogallo | Poltytechnic Institute of Cavado and Ave | | 17/01/2014 | solo italiano |
| 41 | Portogallo | Universidade De Coimbra | 29242-EPP-1-2014-1- PT-EPPKA3-ECHE | 14/01/2014 | solo italiano |
| 42 | Regno Unito | University Of Strathclyde | 28540-EPP-1-2014-1- UK-EPPKA3-ECHE | 13/05/2014 | solo italiano |
| 43 | Repubblica Ceca | Ceska Zemedelska Univerzita V | | 10/01/2014 | solo italiano |
| 44 | Romania | Universitatea din Bucureşti | | 23/05/2014 | solo italiano |

| | | | | | |
|----|---------|---|-----------------------------------|------------|------------------|
| 45 | Romania | University | | 20/11/2013 | solo italiano |
| 46 | Spagna | Universidad 'Jaume I' de Castellon | | 11/04/2014 | solo italiano |
| 47 | Spagna | Universidad 'Jaume I' de Castellon | | 12/02/2020 | doppio |
| 48 | Spagna | Universidad Carlos III | | 27/11/2013 | solo italiano |
| 49 | Spagna | Universidad De Almeria | 29569-EPP-1-2014-1-ES-EPPKA3-ECHE | 17/01/2014 | solo italiano |
| 50 | Spagna | Universidad De Granada | 28575-EPP-1-2014-1-ES-EPPKA3-ECHE | 18/11/2013 | solo italiano |
| 51 | Spagna | Universidad De Jaen | 29540-EPP-1-2014-1-ES-EPPKA3-ECHE | 17/11/2014 | solo italiano |
| 52 | Spagna | Universidad De La Rioja | 28599-EPP-1-2014-1-ES-EPPKA3-ECHE | 04/12/2013 | solo italiano |
| 53 | Spagna | Universidad De Las Palmas De Gran Canaria | 29547-EPP-1-2014-1-ES-EPPKA3-ECHE | 08/05/2014 | solo italiano |
| 54 | Spagna | Universidad De Oviedo | 29551-EPP-1-2014-1-ES-EPPKA3-ECHE | 19/12/2013 | solo italiano |
| 55 | Spagna | Universidad De Zaragoza | 28666-EPP-1-2014-1-ES-EPPKA3-ECHE | 15/01/2014 | solo italiano |
| 56 | Spagna | Universidad Rey Juan Carlos | | 04/12/2013 | solo italiano |
| 57 | Spagna | Universidad San Pablo CEU | | 27/03/2014 | solo italiano |
| 58 | Spagna | Universidad de A Coruña | | 03/12/2014 | solo italiano |
| 59 | Spagna | Universidad de Cádiz | | 14/02/2014 | solo italiano |
| 60 | Spagna | Universidad de La Laguna | | 08/05/2014 | solo italiano |
| 61 | Spagna | Universidade de Santiago de Compostela | | 03/12/2013 | solo italiano |
| 62 | Spagna | Universitat Pompeu Fabra | | 06/12/2013 | solo italiano |
| 63 | Spagna | Universitat Rovira I Virgili | 28675-EPP-1-2014-1-ES-EPPKA3-ECHE | 11/11/2013 | solo italiano |
| 64 | Spagna | Universitat de València | | 02/11/2015 | solo italiano |
| 65 | Svezia | Hogskolan Kristianstad | | 03/12/2013 | solo |

| | | | | |
|----|----------|---|------------|---------------|
| | | | | italiano |
| 66 | Svezia | Högskolan Dalarna | 16/12/2013 | solo italiano |
| 67 | Svizzera | Haute école Spécialisée de Suisse occidentale | 01/11/2018 | solo italiano |
| 68 | Svizzera | Hochschule Lucerne University - Wirtschaft | 21/02/2014 | solo italiano |
| 69 | Svizzera | Zürcher Hochschule Winterthur | 10/01/2014 | solo italiano |
| 70 | Turchia | Istanbul University | 02/11/2016 | solo italiano |
| 71 | Ungheria | ESSCA - sede di Budapest | 28/11/2013 | solo italiano |
| 72 | Ungheria | Eotvos Lorand University (ELTE) | 01/11/2018 | solo italiano |



QUADRO B5

Accompagnamento al lavoro

L'attività di orientamento al lavoro svolta dal Dipartimento di Economia Marco Biagi è seguita dal proprio Ufficio stage e da un docente Delegato all'Orientamento.

21/03/2022

Fulcro di tale attività è la promozione di numerosi tirocini per gli studenti laureandi, tramite una rete consolidata di contatti aziendali.

Il Dipartimento, inoltre, organizza presentazioni aziendali o recruiting day con aziende interessate ad incontrare gli studenti per finalità di selezione ed inserimento del personale. Nell'ambito dei singoli insegnamenti possono essere promossi incontri specifici con testimoni significativi del mondo del lavoro, per orientare le scelte professionali dei laureandi del corso di studio.

E' prevista, infine, una bacheca sul sito di Dipartimento per diffondere opportunità di tirocinio e lavoro rivolte a laureandi e neolaureati.

A livello centrale, l'Ufficio Orientamento al Lavoro e Placement di Ateneo offre diversi servizi per favorire l'inserimento lavorativo dei laureati UNIMORE. Tra questi: l'organizzazione periodica di incontri con le imprese e di Morejobs, il Career Day annuale di Unimore; la consulenza per la ricerca del lavoro e per la stesura del proprio curriculum vitae; la gestione della Piattaforma Placement UNIMORE per la pubblicazione di annunci di lavoro e di tirocinio e per la consultazione gratuita dei CV dei laureati, a favore di Aziende/Enti/Organizzazioni per finalità di selezione e avviamento all'occupazione.

Descrizione link: Bacheca delle offerte di lavoro per neolaureati del Dipartimento di Economia Marco Biagi

Link inserito: <https://www.economia.unimore.it/site/home/enti-e-imprese.html>



QUADRO B5

Eventuali altre iniziative

La Biblioteca di Economia Sebastiano Brusco offre diversi servizi agli studenti:

- Consultazione materiale cartaceo e risorse elettroniche (Trova-Riviste, Meta-lib, E-book, Servizio VPN): possibilità di accesso a una moltitudine di cataloghi; Catalogo - Sebina Open-Library, cataloghi di periodici online e cartacei, cataloghi delle più importanti banche dati, possibilità di consulto di cataloghi di altre biblioteche, di editori e libri online ed in commercio.
 - Consultazione online di diversi siti, link e portali di informazione, centri studi relativi all'analisi e all'approfondimento degli studi riguardanti i principali distretti industriali locali e nazionali.
 - Prestito
 - Fornitura di articoli di periodici (formato cartaceo o digitale)
 - Prestito inter-bibliotecario (ILL)
 - Corsi di formazione agli utenti, nello specifico:
 - o Per le matricole: presentazione dei servizi offerti, organizzazione della biblioteca
 - o Per i laureandi: incontri sulla ricerca del materiale per la tesi, per approfondire la conoscenza dei principali strumenti di ricerca bibliografica e delle fonti disponibili, sia a stampa che online.
 - Servizio wireless della biblioteca
 - Servizio attivo per eventuali reclami e segnalazioni-suggerimenti
 - Eventi quali l'aperitivo in biblioteca: Libri in Discussione; presentazione dei consigliati periodicamente dalla Biblioteca.
- Sito web: <http://biblioeco.unimore.it/home/home.aspx>

Moodle è un servizio on-line di supporto alla didattica per gli studenti iscritti, gestito direttamente dai docenti, che comprende, ad esempio, materiali di studio, lezioni registrate, esercitazioni, forum. Sito web: moodle.economia.unimore.it

Per i laureandi è previsto un ricevimento per comunicazione dei dati, consulenza tecnica e supporto alla fase di elaborazione di banche dati micro e macro-economiche (sono riservate due ore di ricevimento in due differenti giornate). Lezioni di introduzione all'utilizzo di software per l'elaborazione dei dati utilizzando il software Stata. Gestione delle richieste di dati microeconomici per scopi di ricerca (Istat ed Eurostat), lettura e comunicazione dei dati a studenti e docenti. Supporto alla fase di ricerca e scarico dati in Datastream.

I lettori delle lingue straniere sono lezioni condotte dagli esperti madrelingua del Centro Linguistico d'Ateneo e si rivolgono a gruppi di studenti di livello omogeneo di competenza. I lettori durano tutto l'anno e accompagnano i corsi istituzionali di lingua straniera tenuti dai docenti. Per la partecipazione al lectorato di Lingua inglese si tiene conto dell'esito del TOLC-E - sezione 'lingua inglese', come indicato nel quadro 'Orientamento in ingresso'.

Infine oltre al sito di Dipartimento, sono attivi i canali social Instagram, LinkedIn, Facebook e il canale youtube.

Accessibilità della struttura

L'edificio denominato Foro Boario, sito in Modena, Via Berengario 51, ospita la sede del Dipartimento di Economia Marco Biagi, della Biblioteca Universitaria di Area Economica Sebastiano Brusco (oltre ad un'area al piano terra lato ovest ex espositiva museale, attualmente non accessibile e in fase di riprogettazione architettonica). L'edificio è costituito da un corpo centrale e da due ali laterali poste ad ovest ed a est, con un piano terra e uno sviluppo di due piani fuori da terra. L'accessibilità all'edificio, dunque la possibilità di fruirne anche per soggetti con ridotte capacità motorie o sensoriali temporanee o permanenti, è garantita per gli spazi esterni, le aree comuni, i corridoi, gli uffici posti al primo piano, tutte le aule collocate al primo e al secondo piano, i bagni (4 dei quali progettati con sanitari e supporti specifici per soggetti disabili). L'area cortiliva esterna è interamente piana e provvista di una striscia di pavimentazione lineare e non sdruciolevole, l'edificio è dotato di ascensori di capienza sufficiente ad accogliere soggetti che necessitano di sedia a ruote (compreso eventuale spazio di manovra), con pulsantiere poste ad altezza adeguata, mentre le scale sono fornite di corrimano; la pavimentazione interna priva di dislivelli o ostacoli, l'ampiezza dei corridoi, delle aree comuni e delle aule (nel rispetto della capienza stabilita) consente la mobilità e la fruibilità da parte di soggetti disabili in condizioni di appropriata sicurezza e autonomia. All'interno dell'edificio è presente e visibile la segnaletica informativa necessaria ad una agevole individuazione di aule, uffici, laboratori, servizi igienici.

Link inserito: <https://www.economia.unimore.it/site/home/servizi.html>

▶ QUADRO B6

Opinioni studenti

Si ricorda che nel secondo semestre dell'aa 2019/20 l'obbligo di compilazione del questionario era stato rimosso, e poi reintrodotta a partire dal primo semestre dell'aa 2020/21. Questo spiega la bassa numerica dei rispondenti nel secondo semestre dell'aa 2019/20.

Dalla lettura dei dati relativi agli anni accademici 2019/20, 2020/21 e 2020/21 emerge una dinamica del CDS che si conferma complessivamente positiva sotto il profilo del processo formativo così come percepito dagli studenti.

Il livello di soddisfazione complessiva espressa dagli studenti rispetto agli insegnamenti del CDS si è mantenuto elevato nel triennio (pari al 78% in media di giudizi positivi espressi dagli studenti ('Più SI che NO' + 'Decisamente SI'), rispetto al totale delle risposte) con un leggero decremento nell'aa 2021-22 (pari a 78,2%), rispetto all'anno precedente (pari a 79,7%).

Nello specifico, le percentuali di soddisfazione rispetto al carico di studio, al materiale didattico, alla chiarezza nella definizione delle modalità d'esame, agli orari di svolgimento delle lezioni, alle attività didattiche integrative (esercitazioni, tutorati, laboratori, ecc.), alla coerenza dell'insegnamento svolto rispetto a quanto dichiarato sul sito del cds, alla reperibilità dei docenti del cds, all'interesse verso gli argomenti trattati nell'insegnamento, all'organizzazione complessiva degli insegnamenti previsti nel periodo di riferimento, sono decisamente elevate nel corso del triennio in esame, mantenendosi al di sopra dell'80%, e superando il 90% nel caso della soddisfazione rispetto agli orari di svolgimento delle lezioni, alla coerenza dell'insegnamento svolto rispetto a quanto dichiarato sul sito del cds, e alla reperibilità dei docenti del cds.

Sebbene elevate (di poco inferiore all'80%), si registra nell'aa 2021-22 un leggero calo della soddisfazione rispetto all'adeguatezza delle conoscenze preliminari, alla capacità del docente di stimolare/motivare l'interesse verso la disciplina e di esporre gli argomenti in modo chiaro. Tale andamento potrebbe trovare spiegazione nella modalità mista comunque mantenuta ancora in tale aa. Il dato richiede un costante monitoraggio nei prossimi aa.

Migliora, infine, di un punto la soddisfazione rispetto al carico di studio complessivo degli insegnamenti previsti nel periodo di riferimento, rispetto all'aa precedente (pari al 78%).

Link inserito: <http://>

Pdf inserito: [visualizza](#)

18/08/2022

▶ QUADRO B7

Opinioni dei laureati

Si segnala che in merito all'analisi dei dati relativi al livello di soddisfazione dei laureati, basati sull'aggiornamento Almalaurea 2022, nel 2021 sono stati intervistati 151 dei 194 laureati, pari al 78%, percentuale in aumento rispetto all'anno precedente (pari al 52%), sebbene ancora inferiore rispetto alle percentuali degli anni precedenti, in media superiore al 90%. La lettura dei dati relativi al 2021 può ancora risentire degli effetti della pandemia.

Ciò premesso, i dati mostrano un elevato livello complessivo di soddisfazione dei laureati: se si sommano coloro che rispondono 'Decisamente sì' e 'Più sì che no' si ottiene una percentuale dell'87% degli intervistati nel 2021, sebbene leggermente inferiore rispetto all'anno precedente (pari al 94% degli intervistati nel 2020) e alla media del periodo considerato (2019-21, pari a 92%).

Il dato è in linea con il dato nazionale della medesima classe di laurea (87% degli intervistati nel 2021) e con il dato dell'area geografica di riferimento (88% degli intervistati nel 2021).

Occorre tuttavia registrare che la percentuale dei rispondenti che si dichiara decisamente soddisfatta nel 2021 è pari al

18/08/2022

24%, dato che continua ad essere in calo rispetto ai dati degli anni precedenti (nel 2020 era pari al 37%, mentre era del 45% nel 2019). Il dato risulta essere leggermente superiore al dato nazionale e al dato dell'area geografica di riferimento (rispettivamente pari al 21% e al 20% nel 2021, dati anche in questi casi in calo rispetto agli anni precedenti).

La maggioranza degli intervistati (63%) dichiara di aver regolarmente frequentato più del 75% degli insegnamenti del corso, dato lievemente in crescita rispetto al dato dell'anno precedente, di poco inferiore rispetto al dato nazionale (pari al 64%) e a quello dell'area geografica di riferimento (pari al 67%). Si ricorda che il 2021 si caratterizza per una ripresa della didattica in presenza, pur mantenendo la possibilità di seguire le lezioni a distanza.

L'88% considera il carico degli insegnamenti adeguato alla durata del CDS, dato in calo di 6 punti rispetto all'anno precedente (pari al 94%), e leggermente inferiore al dato nazionale della medesima CL (pari a 89%), e al dato dell'area geografica di riferimento (pari al 90%).

Il 73% degli intervistati valuta positivamente il rapporto con i docenti. Il dato risulta tuttavia in calo di 12 punti rispetto all'anno precedente (pari all'85%), inferiore di 14 punti rispetto al dato nazionale (pari all'87%) e di 15 punti rispetto all'area di riferimento (88%).

Così come è elevata la percentuale degli intervistati (pari al 90%) che ha giudicato il materiale didattico degli insegnamenti adeguato, sebbene leggermente in calo rispetto alla media degli ultimi 3 anni, pari al 94%. Tuttavia, la percentuale di coloro che hanno risposto decisamente sì, pari al 37% continua ad essere in calo rispetto agli anni precedenti (pari al 41% nel 2020 e al 46% nel 2019).

L'organizzazione degli esami è valutata positivamente dal 78% dei rispondenti, sebbene in calo rispetto al dato dell'anno precedente (pari all'84% dei rispondenti), e inferiore rispetto al dato nazionale (pari all'86%) e al dato dell'area di riferimento (88%).

Il 73% dei rispondenti riconosce di aver ottenuto risultati agli esami in linea con l'effettiva preparazione (dato inferiore rispetto all'anno precedente, pari all'86%, e alla media degli ultimi 3 anni, pari al 79%).

Sebbene si confermi la valutazione complessivamente positiva del CdS, come dimostra la percentuale degli intervistati che dichiara che si iscriverebbe di nuovo allo stesso CdS, pari al 62%, si segnala tuttavia una leggera flessione del dato rispetto al triennio precedente e al dato medio (pari al 67%). Il dato risulta inferiore rispetto al dato nazionale (pari al 74%) e al dato dell'area di riferimento (73%).

La percentuale di studenti che hanno svolto un periodo di studi all'estero durante la loro carriera (26%) è risultata in calo rispetto al dato dell'anno precedente (pari al 31%) e rispetto alla media dell'ultimo triennio (pari al 33%), sebbene superiore rispetto alla media nazionale (8%) e all'area geografica di riferimento (9%). È evidente che il dato risente ancora degli effetti della pandemia.

L'87% di questi studenti ha usufruito del programma Erasmus e il 100% giudica tale esperienza in modo positivo.

Anche l'esperienza del tirocinio, svolta dal 64% degli intervistati (dato in crescita rispetto all'anno precedente, e più alto rispetto al dato nazionale, pari al 53%, e al dato relativo all'area di riferimento, pari al 60%), è giudicata positivamente dal 91% di quelli che ne hanno usufruito (dato leggermente in aumento rispetto all'anno precedente, pari al 90%).

Il giudizio relativo all'adeguatezza delle aule è positivo per la maggioranza degli intervistati (pari all'88%, percentuali di poco inferiore alla media del periodo considerato, pari al 92%).

Significativamente in calo risulta invece la valutazione delle postazioni informatiche a disposizione: solo il 45% degli intervistati ritiene che tali postazioni siano presenti in numero adeguato, contro il 65% dell'anno precedente.

Infine, l'83% dei laureati intervistati manifesta l'intenzione di voler proseguire gli studi, dato in crescita rispetto all'anno precedente (pari al 76%), principalmente per completare la propria formazione (74%). Si segnala che il 26% dei rispondenti ritiene questa scelta quasi obbligata per il mondo del lavoro, contro il 12% dei rispondenti nel 2020.

Descrizione link: Pagina Dati CdS

Link inserito: <http://www.presidioqualita.unimore.it/site/home/dati.html>



▶ QUADRO C1

Dati di ingresso, di percorso e di uscita

Dati di ingresso: Nel 2021/22 il numero degli iscritti è in crescita rispetto all'anno precedente (201 immatricolati contro 193 nel 2020-21), e superiore rispetto alla media degli ultimi tre anni (199). Il numero degli iscritti nell'aa 2021/22 permane tuttavia significativamente inferiore rispetto all'area geografica di riferimento (240, dato leggermente in calo) e al dato nazionale (250, dato in calo) della medesima Classe di Laurea (CL).

La percentuale di iscritti al primo anno provenienti da altre regioni è pari al 22%, in calo rispetto all'anno precedente (pari al 31%) e al dato medio ultimo triennio (24%), inferiore sia rispetto al dato nazionale (pari al 24%), che al dato della medesima CL dell'area geografica di riferimento (36%, dato leggermente in crescita).

Dati di percorso: l'analisi si riferisce all'aa 2020/21, in cui si registra un tasso di abbandono in calo rispetto agli anni precedenti e pari all' 11%, marcando una netta distanza di tale dato, in positivo, rispetto a quanto accade con riferimento alla medesima CL sia nell'area geografica di riferimento (23%) che a livello nazionale (29%).

Risulta in crescita la percentuale di studenti che proseguono nel II anno nello stesso corso di studio pari al 94%, contro l'89% dell'anno precedente, e al 91% della media degli ultimi 3 anni. Il dato è superiore sia al dato nazionale (pari al 78%) che al dato relativo all'area geografica di riferimento (85%).

Il CdS conferma il dato positivo relativo alla velocità di attraversamento: per la coorte 2020/21 il numero dei CFU medi conseguiti nel primo anno di corso è stato pari a 48/60 (80%), in significativa crescita rispetto all'a.a. precedente (70%), e superiore rispetto alla media dell'ultimo triennio (73%). Si evidenzia lo scarto positivo in relazione al dato nazionale della medesima CL (36 CFU conseguiti in media, pari al 60%) e in linea con il dato relativo all'area geografica di riferimento.

La percentuale di studenti iscritti che prosegue al II anno nello stesso cds, avendo acquisito almeno 40 CFU al 1° anno, è pari al 71%, nell'aa 2020/21, in significativo aumento rispetto all'aa precedente (pari a 60%) e alla media degli ultimi anni (pari a 60%), così come rispetto al dato nazionale della medesima CL (50%), e dell'area geografica di riferimento (62%).

La percentuale di studenti iscritti entro la durata normale del CdS che hanno acquisito almeno 40 CFU è pari al 79%, dato in crescita e superiore rispetto alla media degli ultimi 3 anni (pari a 73%), così come al dato nazionale della medesima CL (58%) e dell'area geografica di riferimento (66%).

Per quanto riguarda il dato sull'internazionalizzazione degli studenti del CdS, la percentuale di laureati che hanno acquisito almeno 12 CFU all'estero nell'aa 2021-22 è pari al 25%, dato in calo e inferiore rispetto alla media degli ultimi 3 anni (35%), ma decisamente superiore rispetto sia all'area geografica di riferimento (10%) che al dato nazionale (8%) della medesima CL.

Dati di uscita: La percentuale di laureati in corso nell'aa 2021/22 si attesta all'80%, dato in crescita rispetto all'aa precedente (pari a 78%) e alla media degli ultimi 3 anni (79%), e superiore sia rispetto all'area geografica di riferimento (72%) che soprattutto al dato nazionale (67%) della medesima CL.

Gli studenti fuori corso, che si laureano dopo un anno dalla durata normale del corso, sono pari all'81% nell'aa 2020/21, in linea rispetto all'aa precedente e superiore rispetto alla media degli ultimi 3 anni (78%) e rispetto sia all'area geografica di riferimento (64%) che soprattutto al dato nazionale (55%) della medesima CL.

Descrizione link: Pagina Dati CdS

Link inserito: <http://www.presidioqualita.unimore.it/site/home/dati.html>

▶ QUADRO C2

Efficacia Esterna

I dati analizzati si riferiscono alla rilevazione AlmaLaurea; l'ultimo anno disponibile della rilevazione è il 2020 in cui sono stati intervistati 154 dei 207 laureati CLEMI (74%).

Nel 2020 il 67% degli intervistati dichiara di essersi iscritto ad un CdLM, dato leggermente in calo rispetto all'aa precedente (pari al 69%) e di un punto inferiore alla media dell'ultimo triennio 2018-2020 (pari al 68%). La percentuale è di due punti percentuali inferiore al dato della medesima classe di laurea (CL) dell'area geografica di riferimento (pari al 69%) e di 6 punti rispetto al dato nazionale della medesima CL (pari al 73%). Il 32% degli intervistati dichiara di non essersi mai iscritto ad altro corso di studi.

Ad un anno dalla laurea, il 36% lavora (dato di 2 punti inferiore rispetto all'aa precedente e alla media degli ultimi 3 anni), di cui il 14% decide di lavorare mentre prosegue il percorso di studi di LM. La percentuale di chi lavora risulta superiore rispetto al dato nazionale della medesima classe di laurea (pari al 31% dei laureati che lavorano ad un anno dalla laurea, di cui il 14% è iscritto ad una LM) e in linea con il dato dell'area geografica di riferimento (pari al 36% dei laureati che lavorano ad un anno dalla laurea, di cui il 15% è iscritto ad una LM).

Un dato che deve richiamare l'attenzione è quello riferito all'utilizzo in ambito lavorativo delle competenze acquisite nel cds: nel 2020 il 38% dichiara di utilizzarle in misura consistente, il 45% in misura ridotta e il 13% per niente. Permane una valutazione non positiva circa l'utilizzo delle competenze acquisite nel cds, sebbene la percentuale di chi dichiara di utilizzare le competenze acquisite in misura elevata sia in miglioramento (in crescita di 5 punti rispetto all'aa precedente e superiore rispetto al dato medio dell'ultimo triennio, pari al 33%), così come si riduce la percentuale di chi dichiara di non utilizzarle affatto (in calo rispetto al dato dell'aa precedente, pari al 25%, e inferiore rispetto al dato medio del triennio, pari al 20%), mentre cresce la percentuale di chi dichiara di utilizzarle in misura ridotta (di 3 punti superiore rispetto al dato dell'aa precedente, ma in linea con il dato medio del triennio). Il dato è leggermente più alto rispetto alla percentuale nazionale e dell'area geografica di riferimento della medesima classe di laurea (pari rispettivamente al 32% e al 31% di chi dichiara di utilizzare le competenze del cds in misura elevata), dove pure si conferma la non soddisfacente valutazione delle competenze acquisite.

Una lettura più articolata dei dati riportati, che analizza il grado di utilizzo delle competenze acquisite in relazione alla professione lavorativa svolta, rileva che, tra le professioni più frequenti, il giudizio non soddisfacente fa in particolare riferimento a professioni come: "Impiegato amministrativo, addetto alla segreteria, addetto alle risorse umane, videoterminalista" svolta dal 29% degli occupati, di cui il 37% dichiara di utilizzare le competenze acquisite in misura elevata, il 54% in misura ridotta, e il 9% per niente; "Segretario amministrativo/di direzione, contabile, spedizioniere e altre professioni tecniche nell'organizzazione amministrativa", svolta dal 27% degli occupati, di cui il 48% dichiara di utilizzare le competenze acquisite in misura elevata, mentre il 48% in misura ridotta, e il 4% per niente; "Negoziante, commesso, cameriere e altre professioni qualificate in campo commerciale" svolta dal 16% degli occupati, di cui nessuno dichiara di utilizzare le competenze acquisite in misura elevata, il 31% in misura ridotta, e il 69% per niente. Il giudizio migliora, sebbene non su percentuali elevate, nel caso di professioni come "Project manager e altri esperti delle scienze gestionali, commerciali e bancarie", professione svolta dall'11% degli intervistati, di cui il 53% dichiara di utilizzarle in misura elevata, il 35% in misura ridotta e il 12% per niente.

Nonostante i giudizi sopra riportati relativi all'efficacia delle competenze, la maggioranza degli intervistati (77%) dichiara di considerare efficace la laurea per il lavoro svolto. Il dato è in crescita di 10 punti percentuali rispetto all'aa precedente, in particolare con riferimento alla percentuale di chi dichiara molto efficace la laurea (39%, contro il 31% dell'aa precedente, e di 6 punti superiore alla media dell'ultimo triennio considerato), e superiore al dato nazionale della medesima CL (pari al 74%) e al relativo dato dell'area geografica di riferimento (pari al 76%).

In media, i laureati intervistati dichiarano di essere abbastanza soddisfatti per il lavoro svolto (7,6 su una scala 1-10), dato in linea con la media degli ultimi tre anni (7,5), e con il dato nazionale (7,6) e dell'area di riferimenti (7,7) relativi alla medesima CL.

Le valutazioni precedentemente riportate giustificano da un lato la validità delle premesse che hanno portato alla dichiarazione del carattere del CdS, nei suoi aspetti culturali e professionalizzanti, dall'altro l'opportunità della revisione del cds progettata a partire dalla coorte 2022-23, al fine di migliorare le competenze acquisite dallo studente CLEMI e di meglio adeguarle agli obiettivi formativi del cds. Un'ulteriore riflessione è inoltre in corso in merito alle attività di accompagnamento al lavoro, a partire dai tirocini, al fine di favorire una migliore collocazione dei laureati CLEMI in posizioni lavorative maggiormente in linea con gli obiettivi formativi del cds.

Descrizione link: Pagina Dati CdS

Link inserito: <http://www.presidioqualita.unimor.it/site/home/dati.html>

Si analizzano i dati della rilevazione delle opinioni di enti e imprese che hanno ospitato tirocini nel periodo ^{26/08/2022} 01.01.2021 - 31.12.2021 (documento redatto dall'Ufficio Stage del Dipartimento di Economia Marco Biagi).

Su 158 tutor aziendali, 137 hanno risposto al questionario per quanto riguarda la posizione aziendale del tutor. Di questi, il 25% sono imprenditori, il 19% dirigenti, il 19% responsabili delle risorse umane, il 37% soggetti con altre qualifiche.

Il 97% dei rispondenti (156 su 158 intervistati) giudica le competenze di base del tirocinante adeguate alle necessità aziendali, con una netta prevalenza di chi ha risposto decisamente sì (pari al 72%). Ad eccezione di un caso, tutti i tutor aziendali ritengono che i tirocinanti abbiano svolto con impegno l'attività in azienda.

Relativamente alle competenze/capacità sviluppate dal tirocinante nel corso della sua esperienza di tirocinio, la maggioranza dei rispondenti afferma che i tirocinanti hanno sviluppato le seguenti competenze: competenze nell'uso di strumenti o di dispositivi specifici, competenze tecnico professionali, padronanza delle lingue straniere, capacità di adattamento alle nuove situazioni, capacità di lavorare per obiettivi in base ai tempi e alle scadenze fissate dal tutor aziendale, capacità di affrontare e risolvere problemi, offrendo soluzioni innovative ed alternative nella gestione di un lavoro, capacità di lavorare in gruppo, con percentuali superiori all'80% dei rispondenti che hanno risposto decisamente sì con riferimento a soft skill come capacità di adattamento a nuove situazioni, di lavorare per obiettivi e di lavorare in gruppo. Tutti i rispondenti (156 su 158) dichiarano che sono stati raggiunti gli obiettivi formativi del tirocinio, di cui l'83% risponde decisamente sì.

Complessivamente, l'attività del tirocinante è risultata soddisfacente da tutti i rispondenti (157 su 158), di cui l'88% risponde decisamente sì.

Tuttavia, nonostante gli ottimi giudizi sul tirocinio, solo il 22% dei rispondenti (156 su 158) dichiara di aver fatto un'offerta di lavoro al tirocinante a seguito del tirocinio.

Nei casi di offerte di lavoro (35), il tipo di collaborazione attivato ha riguardato la tipologia del contratto di collaborazione occasionale, di contratto di apprendistato e di contratto di dipendente a tempo determinato, rispettivamente in 5 casi; di contratto di lavoro autonomo effettivo in 4 casi; di contratto a tutele crescenti in 3 casi; e di altre tipologie di contratto in 13 casi.

Infine, ad eccezione di 3 rispondenti (151 su 158), tutti i tutor aziendali hanno mostrato soddisfazione per come l'Università ha gestito il servizio di tirocinio, con l'84% che ha risposto decisamente sì.

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Opinioni delle imprese



Informazioni generali sul Corso di Studi

| | |
|---|---|
| Università | Università degli Studi di MODENA e REGGIO EMILIA |
| Nome del corso in italiano | Economia e marketing internazionale |
| Nome del corso in inglese | International economics and marketing |
| Classe | L-18 - Scienze dell'economia e della gestione aziendale |
| Lingua in cui si tiene il corso | italiano |
| Eventuale indirizzo internet del corso di laurea | http://www.economia.unimore.it/site/home/didattica/corsi-di-laurea/economia-e-marketing-internazionale.html |
| Tasse | http://www.unimore.it/ammissione/tasse.html |
| Modalità di svolgimento | a. Corso di studio convenzionale |



Corsi interateneo RAD



Questo campo dev'essere compilato solo per corsi di studi interateneo,

Un corso si dice "interateneo" quando gli Atenei partecipanti stipulano una convenzione finalizzata a disciplinare direttamente gli obiettivi e le attività formative di un unico corso di studi, che viene attivato congiuntamente dagli Atenei coinvolti, con uno degli Atenei che (anche a turno) segue la gestione amministrativa del corso. Gli Atenei coinvolti si accordano altresì sulla parte degli insegnamenti che viene attivata da ciascuno; deve essere previsto il rilascio a tutti gli studenti iscritti di un titolo di studio congiunto, doppio o multiplo.

Non sono presenti atenei in convenzione



Docenti di altre Università



Corso internazionale: DM 987/2016 - DM935/2017



Referenti e Strutture



| | |
|--|-------------------------------|
| Presidente (o Referente o Coordinatore) del CdS | VIGNOLA Marina |
| Organo Collegiale di gestione del corso di studio | Consiglio del corso di studio |
| Struttura didattica di riferimento | Economia 'Marco Biagi' |



Docenti di Riferimento

| N. | CF | COGNOME | NOME | SETTORE | MACRO SETTORE | QUALIFICA | PESO | INSEGNAMENTO ASSOCIATO |
|----|------------------|-----------|--------------|-----------|---------------|-----------|------|------------------------|
| 1. | BLBBNR76L31C469N | BALBONI | Bernardo | SECS-P/08 | 13/B2 | PA | 1 | |
| 2. | BRMWLM56B18Z114R | BROMWICH | William John | L-LIN/12 | 10/L1 | PA | 1 | |
| 3. | FRLSRA70D48E783N | FURLATI | Sara | L-LIN/04 | 10/H | ID | 1 | |
| 4. | LNELVC83S46F839U | LEONE | Ludovica | SECS-P/10 | 13/B | RD | 1 | |
| 5. | NRDGPP54T14L840O | NARDIN | Giuseppe | SECS-P/08 | 13/B2 | PO | 1 | |
| 6. | PTRFRZ77M05H501N | PATRIARCA | Fabrizio | SECS-P/02 | 13/A2 | PA | 1 | |
| 7. | PNRRRT61C16E349L | PINARDI | Roberto | IUS/09 | 12/C1 | PO | 1 | |
| 8. | TPDSMN84C23L885R | TEPEDINO | Simone | L-LIN/07 | 10/I | ID | 1 | |

| | | | | | | | |
|----|------------------|---------|--------|---------------|-------|----|---|
| 9. | VGNMRN70D57H703Q | VIGNOLA | Marina | SECS- P/08 | 13/B2 | PA | 1 |
|----|------------------|---------|--------|---------------|-------|----|---|

✓ Tutti i requisiti docenti soddisfatti per il corso :

Economia e marketing internazionale



Rappresentanti Studenti

| COGNOME | NOME | EMAIL | TELEFONO |
|----------|-----------------|----------------------------|----------|
| Cuoghi | Sara | 293175@studenti.unimore.it | |
| D'Agosta | Angelo Giovanni | 231842@studenti.unimore.it | |
| Debellis | Paolo | 293694@studenti.unimore.it | |



Gruppo di gestione AQ

| COGNOME | NOME |
|----------|-----------------|
| Cotterli | Simonetta |
| Cuoghi | Sara |
| D'Agosta | Angelo Giovanni |
| Debellis | Paolo |
| Liverani | Lara |
| Previdi | Gianni |
| Russo | Margherita |
| Vignola | Marina |



Tutor

| COGNOME | NOME | EMAIL | TIPO |
|-----------|----------|-------|------|
| BALBONI | Bernardo | | |
| PATRIARCA | Fabrizio | | |

► Programmazione degli accessi

| | |
|---|-----------------|
| Programmazione nazionale (art.1 Legge 264/1999) | No |
| Programmazione locale (art.2 Legge 264/1999) | Si - Posti: 230 |

Requisiti per la programmazione locale

La programmazione locale è stata deliberata su proposta della struttura di riferimento del: 19/01/2022

- E' obbligatorio il tirocinio didattico presso strutture diverse dall'ateneo

► Sedi del Corso

Sede del corso: Berengario 51 41121 - MODENA

| | |
|--|------------|
| Data di inizio dell'attività didattica | 22/09/2022 |
| Studenti previsti | 230 |

► Eventuali Curriculum

Non sono previsti curricula



Altre Informazioni

R^{AD}



| | |
|--|---|
| Codice interno all'ateneo del corso | 50-211^2022^PDS0-2022^171 |
| Massimo numero di crediti riconoscibili | 12 DM 16/3/2007 Art 4 Nota 1063 del 29/04/2011 |
| Corsi della medesima classe | <ul style="list-style-type: none">• Economia aziendale e management• MARKETING E ORGANIZZAZIONE D'IMPRESA• Marketing digitale |
| Numero del gruppo di affinità | 1 |



Date delibere di riferimento

R^{AD}



| | |
|--|------------|
| Data di approvazione della struttura didattica | 19/01/2022 |
| Data di approvazione del senato accademico/consiglio di amministrazione | 22/02/2022 |
| Data della consultazione con le organizzazioni rappresentative a livello locale della produzione, servizi, professioni | 26/01/2009 |
| Data del parere favorevole del Comitato regionale di Coordinamento | |



Sintesi della relazione tecnica del nucleo di valutazione

La denominazione del Corso è chiara e comprensibile dagli studenti.

Le parti sociali sono state consultate e la continuità dei rapporti è stata assicurata tramite l'istituzione di un Comitato di Indirizzo. Gli obiettivi formativi specifici sono descritti in modo dettagliato così come le modalità e gli strumenti didattici e di verifica utilizzati. Le conoscenze per l'accesso sono precisate in modo sufficientemente chiaro e verificate mediante un test che non preclude l'iscrizione ma può comportare l'attribuzione di obblighi formativi aggiuntivi da soddisfare entro il primo anno di corso. La progettazione è stata eseguita in modo corretto. Le risorse di docenza sono adeguate e la disponibilità di aule e laboratori risulta commisurata al numero di iscritti. Gli sbocchi professionali sono indicati con precisione.

Requisiti di efficienza: il numero medio annuo di crediti acquisiti per studente nel corso attivo nel precedente anno è nella media dell' Ateneo. Il personale docente della Facoltà risulta efficientemente utilizzato. Il tasso di abbandono tra il primo e il secondo anno è diminuito negli ultimi anni. Il livello di soddisfazione manifestato dagli studenti mediante la risposta al questionario di valutazione della didattica risulta abbastanza buono e costante nel tempo.



Relazione Nucleo di Valutazione per accreditamento



*La relazione completa del NdV necessaria per la procedura di accreditamento dei corsi di studio deve essere inserita nell'apposito spazio all'interno della scheda SUA-CdS denominato "Relazione Nucleo di Valutazione per accreditamento" entro e non oltre il 28 febbraio di ogni anno **SOLO per i corsi di nuova istituzione**. La relazione del Nucleo può essere redatta seguendo i criteri valutativi, di seguito riepilogati, dettagliati nelle linee guida ANVUR per l'accREDITAMENTO iniziale dei Corsi di Studio di nuova attivazione, consultabili sul sito dell'ANVUR*

Linee guida ANVUR

- 1. Motivazioni per la progettazione/attivazione del CdS*
- 2. Analisi della domanda di formazione*
- 3. Analisi dei profili di competenza e dei risultati di apprendimento attesi*
- 4. L'esperienza dello studente (Analisi delle modalità che verranno adottate per garantire che l'andamento delle attività formative e dei risultati del CdS sia coerente con gli obiettivi e sia gestito correttamente rispetto a criteri di qualità con un forte impegno alla collegialità da parte del corpo docente)*
- 5. Risorse previste*
- 6. Assicurazione della Qualità*

La denominazione del Corso è chiara e comprensibile dagli studenti.

Le parti sociali sono state consultate e la continuità dei rapporti è stata assicurata tramite l'istituzione di un Comitato di Indirizzo. Gli obiettivi formativi specifici sono descritti in modo dettagliato così come le modalità e gli strumenti didattici e di verifica utilizzati. Le conoscenze per l'accesso sono precisate in modo sufficientemente chiaro e verificate mediante un test che non preclude l'iscrizione ma può comportare l'attribuzione di obblighi formativi aggiuntivi da soddisfare entro il primo anno di corso. La progettazione è stata eseguita in modo corretto. Le risorse di docenza sono adeguate e la disponibilità di aule e laboratori risulta commisurata al numero di iscritti. Gli sbocchi professionali sono indicati con precisione.

Requisiti di efficienza: il numero medio annuo di crediti acquisiti per studente nel corso attivo nel precedente anno è nella media dell' Ateneo. Il personale docente della Facoltà risulta efficientemente utilizzato. Il tasso di abbandono tra il primo e il secondo anno è diminuito negli ultimi anni. Il livello di soddisfazione manifestato dagli studenti mediante la risposta al questionario di valutazione della didattica risulta abbastanza buono e costante nel tempo.



Sintesi delle motivazioni dell'istituzione dei gruppi di affinità

RA'D



Sintesi del parere del comitato regionale di coordinamento

R⁴D



Offerta didattica programmata

| Attività di base | settore | CFU Ins | CFU Off | CFU Rad |
|---|--|---------|---------|---------|
| Economico | SECS-P/01 Economia politica ↳ <i>Introduzione alla microeconomia (1 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i> | 9 | 9 | 9 - 9 |
| Aziendale | SECS-P/11 Economia degli intermediari finanziari ↳ <i>Economia degli intermediari finanziari e finanza nel contesto internazionale (2 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i> | 9 | 9 | 9 - 9 |
| Statistico-matematico | SECS-S/01 Statistica ↳ <i>Statistica (2 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i> | 9 | 9 | 9 - 9 |
| Giuridico | IUS/09 Istituzioni di diritto pubblico ↳ <i>Diritto pubblico (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i> | 6 | 6 | 6 - 6 |
| Minimo di crediti riservati dall'ateneo: - (minimo da D.M. 28) | | | | |
| Totale attività di Base | | | 33 | 33 - 33 |

| Attività caratterizzanti | settore | CFU Ins | CFU Off | CFU Rad |
|--------------------------|--|---------|---------|---------|
| Aziendale | SECS-P/07 Economia aziendale ↳ <i>Economia aziendale (1 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i> ↳ <i>Pianificazione d'impresa e budgeting (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i> | 39 | 39 | 39 - 39 |
| | SECS-P/08 Economia e gestione delle imprese ↳ <i>Economia e gestione delle imprese (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i> | | | |

| | | | | |
|---|--|----|----|---------|
| | <ul style="list-style-type: none"> ↳ <i>Marketing (2 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i> ↳ <i>Marketing internazionale (3 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i> | | | |
| Economico | <p>SECS-P/02 Politica economica</p> <ul style="list-style-type: none"> ↳ <i>Introduzione alla macroeconomia (2 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i> ↳ <i>Economia e istituzioni dei distretti industriali (3 anno) - 6 CFU - obbl</i> ↳ <i>Economia internazionale (3 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i> <p>SECS-P/03 Scienza delle finanze</p> <ul style="list-style-type: none"> ↳ <i>Scienza delle finanze (2 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i> | 27 | 27 | 27 - 27 |
| Statistico-matematico | <p>SECS-S/06 Metodi matematici dell'economia e delle scienze attuariali e finanziarie</p> <ul style="list-style-type: none"> ↳ <i>Matematica generale e finanziaria (1 anno) - 12 CFU - annuale - obbl</i> | 12 | 12 | 12 - 12 |
| Giuridico | <p>IUS/04 Diritto commerciale</p> <ul style="list-style-type: none"> ↳ <i>Diritto privato e commerciale con elementi di diritto internazionale - II parte (2 anno) - 6 CFU - annuale - obbl</i> <p>IUS/05 Diritto dell'economia</p> <ul style="list-style-type: none"> ↳ <i>Diritto privato e commerciale con elementi di diritto internazionale - I parte (2 anno) - 6 CFU - annuale - obbl</i> | 12 | 12 | 12 - 12 |
| Minimo di crediti riservati dall'ateneo: - (minimo da D.M. 62) | | | | |
| Totale attività caratterizzanti | | | 90 | 90 - 90 |

| Attività formative affini o integrative | | CFU | CFU Rad |
|---|--|-------|---------|
| intervallo di crediti da assegnarsi complessivamente all'attività (minimo da D.M. 18) | | 24 | 24 - 24 |
| A11 | IUS/09 - Istituzioni di diritto pubblico | 6 - 6 | 6 - 6 |

↳ *Diritto dell'Unione Europea (3 anno) - 6 CFU*

L-LIN/04 - Lingua e traduzione - lingua francese

↳ *Lingua francese II (3 anno) - 6 CFU*

L-LIN/07 - Lingua e traduzione - lingua spagnola

↳ *Lingua spagnola II (3 anno) - 6 CFU*

L-LIN/14 - Lingua e traduzione - lingua tedesca

↳ *Lingua tedesca II (3 anno) - 6 CFU*

SECS-P/08 - Economia e gestione delle imprese

↳ *BtoB e digital marketing (3 anno) - 6 CFU - semestrale*

↳ *Management delle esportazioni (3 anno) - 6 CFU - semestrale*

SECS-P/10 - Organizzazione aziendale

↳ *Organizzazione e gestione delle risorse umane (3 anno) - 6 CFU*

SECS-P/12 - Storia economica

↳ *Storia economica (3 anno) - 6 CFU - semestrale*

A12

L-LIN/04 - Lingua e traduzione - lingua francese

↳ *Lingua francese I (2 anno) - 6 CFU - semestrale*

L-LIN/07 - Lingua e traduzione - lingua spagnola

↳ *Lingua spagnola I (2 anno) - 6 CFU - semestrale*

L-LIN/12 - Lingua e traduzione - lingua inglese

↳ *Lingua inglese - I parte (1 anno) - 3 CFU - semestrale - obbl*

↳ *Lingua inglese II (3 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl*

L-LIN/14 - Lingua e traduzione - lingua tedesca

18 - 18

18 - 18



Lingua tedesca I (2 anno) - 6 CFU - semestrale

Totale attività Affini

24

24 -
24

| Altre attività | | CFU | CFU Rad |
|---|---|-----------|--------------------|
| A scelta dello studente | | 12 | 12 - 12 |
| Per la prova finale e la lingua straniera (art. 10, comma 5, lettera c) | Per la prova finale | 3 | 3 - 3 |
| | Per la conoscenza di almeno una lingua straniera | 3 | 3 - 3 |
| Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. c | | - | |
| Ulteriori attività formative (art. 10, comma 5, lettera d) | Ulteriori conoscenze linguistiche | - | - |
| | Abilità informatiche e telematiche | 3 | 3 - 3 |
| | Tirocini formativi e di orientamento | 12 | 12 - 12 |
| | 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 | | 33 | 33 - 33 |

CFU totali per il conseguimento del titolo**180****CFU totali inseriti**

180

180 - 180