

Informazioni generali


Università Università degli Studi di MODENA e REGGIO EMILIA

Nome del corso in italiano Economia e marketing internazionale
(IdSua:1629950)

Nome del corso in inglese International economics and marketing


Classe L-18 R - Scienze dell'economia e della gestione aziendale

Lingua in cui si tiene il corso italiano

URL del corso <https://www.economia.unimore.it/it/didattica/corsi-di-laurea-informazioni-generalis/economia-e-marketing-internazionale>

Modalità di erogazione a. Corso di studio convenzionale

Tabella A - Corsi di studio internazionali D.M. 2711/2011 b. Corsi con mobilità internazionale strutturata
 b.1. CdS con uno o più accordi per mobilità strutturata per titoli

Riepilogo Caratteristiche Cds  1° anno in SUA: 2013 · ✓ Internazionale

Programmazione Accessi

Programmazione nazionale (art.1 Legge 264/1999) No

Programmazione locale (art.2 Legge 264/1999) Si - Posti: 250

Requisiti per la programmazione locale

La programmazione locale è stata deliberata su proposta della struttura

di riferimento del: 17/12/2025

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

Sede del Corso

Sede MODENA Berengario 51 41121
(Cod.036023)

Codice interno all'Ateneo del Corso 50-311^2025^PDS0-2025^171

Utenza sostenibile 250

Scheda SUA - Date creazione e aggiornamenti

Data di istituzione del corso da determinare

Data Ultimo aggiornamento Scheda SUA 20/05/2026 08:27

Data Ultimo aggiornamento RAD 12/11/2024 11:43

Referenti e Strutture
**Presidente (o Referente o
Coordinatore) del CdS**

RIGHI Simone

**Organo Collegiale di gestione
del corso di studio**

Consiglio del corso di studio

**Struttura didattica di
riferimento**

 Economia 'Marco Biagi' (Dipartimento
Legge 240) - ID: 13877

Requisiti di Docenza e Docenti di riferimento
DOCENTI DI RIFERIMENTO

NUMERO CFP	COGNOME	NOME	SETTORE	GSD	QUANTITÀ INSEGNAMENTI ASSOCIATI
11SASVT6 6C23D42 3W	ALOISIO	Salvatore	GIUR- 05/A	12/GIUR -05	1
18RSTZN 49A20C1 41I	BURSI	Tiziano	ECON- 07/A	13/ECON -07	1
18RNRNM 81H57Z 614S	CORONA PANGRA ZIO	Roxname r Del Valle	SPAN- 01/C	10/SPAN -01	1
14NELVC8 3S46F83 9U	LEONE	Ludovica	ECON- 08/A	13/ECON -08	1
15MRCGLC 64E02F2	MARCHI	Gianluca	ECON- 07/A	13/ECON -07	1

57N					
MINTSLV 85L60B2 01Z	MONTAG NA	Silvia	STAT- 01/A	13/STAT -01	R D
PRLCNZ5 9A67F70 4S	PAROLIN I	Cinzia	ECON- 06/A	13/ECON -06	P O
BGHSMN 81T05F2 57D	RIGHI	Simone	ECON- 02/A	13/ECON -02	P A
VGNMRN 70D57H 703Q	VIGNOLA	Marina	ECON- 07/A	13/ECON -07	P A

✓ Tutti i requisiti docenti soddisfatti per il corso

DOCENTI DI ALTRE UNIVERSITÀ

Figure specialistiche aggiuntive

COGNOME	NOME	QUALIFICA	ANNO INIZIO COLLABORAZI ONE
Figure specialistiche del settore non indicati			

Tutor

Nessuna Tipologia

COGNOME	NOME	EMAIL	TIPO DOC./TIR.
BALBONI	Bernardo		Docente di ruolo
PATRIARCA	Fabrizio		Docente di

			ruolo
--	--	--	-------

Gruppo di gestione AQ

COGNOME	NOME
Badia	Francesco
D'Apice	Pasquale
De Vita	Rossella
Gabbianelli	Linda
Gallo	Giovanni
Montagna	Silvia
Muccio	Federico
Pinardi	Roberto
Righi	Simone

Rappresentanti degli Studenti

COGNOME	NOME	EMAIL
Muccio	Federico	363088@studenti.unimore.it
Savonuzzi	Anna	341297@studenti.unimore.it

Il Corso di Studio in breve

L'obiettivo formativo del corso di laurea in Economia e marketing internazionale è quello 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 con i clienti internazionali, comprenderne le esigenze, valutare l'attrattiva 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 sui mercati esteri e alla gestione delle politiche di marketing internazionale. La quarta area, 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. A supporto del consolidamento delle competenze nell'ambito della lingua inglese, un insegnamento del corso di studio (Economia internazionale) viene erogato in lingua inglese. 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 nella funzione commerciale e di marketing e 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 esclusivamente in presenza. Le lezioni possono essere videoregistrate, utilizzando la piattaforma Microsoft Teams. Le registrazioni vengono messe a disposizione – a discrezione del docente – all’inizio o al termine del corso. Viene comunque garantito – compatibilmente con le esigenze tecniche di gestione della piattaforma – a determinate categorie di studenti di poter accedere alle registrazioni entro la fine della settimana in cui la lezione si è svolta. La piattaforma informatica di supporto alla didattica è Moodle, utilizzata per il caricamento dei programmi dei corsi e dei relativi materiali didattici. Link: <https://www.economia.unimore.it/it/didattica/corsi-di-laurea-informazioni-general/economia-e-marketing-internazionale>

Progettazione del CdS

Relazione Nucleo di Valutazione per accreditamento

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.

Parere del comitato regionale di coordinamento

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



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.

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

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

- un consulente per l'internazionalizzazione di imprese multi-utilities;
- un esponente dell'associazionismo per piccole imprese industriali;
- un marketing manager in settori high-tech;
- un esponente dell'associazionismo per piccole imprese commerciali;
- la responsabile per l'internazionalizzazione in Confindustria Emilia Area Centro;
- un coach in processi di innovazione;
- il presidente di Acetaia Malpighi;
- un Senior Economist al directorato affari economici e finanziari della Commissione Europea (inserito nel comitato nel febbraio 2026)
- il presidente del corso di studi;
- un docente del del DEMB
- un tecnico amministrativo con funzione di coordinatore didattico

La composizione del Comitato viene opportunamente aggiornata in base alle esigenze 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

In febbraio 2022 si è tenuta una nuova consultazione in cui la presidente ha aggiornato i membri del comitato d'indirizzo in merito all'esito del processo di revisione del cds CLEMI di cui ha illustrato i principali elementi contenuti nel Documento approvato dal Consiglio del CdS CLEMI in data 30 aprile 2021, evidenziando come i risultati siano stati raggiunti anche grazie al contributo del comitato di indirizzo in occasione della riunione del giugno 2020 sopramenzionata. La presidente ha inoltre informato che tali revisioni sono state approvate dal Consiglio di Dipartimento nella seduta di giugno 2021 e recepiti nella SUA 2022 con effetti a partire dalla coorte 2022-23. I presenti hanno mostrato apprezzamenti per le revisioni introdotte, in linea con le trasformazioni del mercato del lavoro segnate anche dagli eventi causati dalla crisi sanitaria. La presidente ha poi illustrato un progetto relativo ad un nuovo modello di tirocinio da proporre agli studenti del 3° anno del cds in affiancamento ai percorsi già in essere, che poggia su un maggiore coinvolgimento delle imprese su tematiche di loro interesse. La discussione di questo punto è stata rinviata ad una futura riunione del comitato da tenersi entro giugno 2023.

Nel corso della consultazione del 6 luglio 2023, il comitato di indirizzo ha condiviso la revisione del CdS recentemente recepita, enfatizzando l'opportunità di compiere tutti gli sforzi necessari per rafforzare i contenuti di alcuni insegnamenti, insistendo sulle tematiche della digitalizzazione, quindi del marketing digitale, della sostenibilità, dei cambiamenti che stanno interessando le imprese per quanto riguarda la gestione delle relazioni con i fornitori e i clienti, in particolare internazionali.

Nell'ultima riunione del comitato di indirizzo del 4 giugno 2024, la Presidente informa che con l'anno accademico 2024-25 si concluderà il primo triennio del cds oggetto di revisione. I membri del comitato di indirizzo, nell'apprezzare le revisioni introdotte, enfatizzano ancora una volta l'opportunità di compiere gli sforzi necessari per rafforzare le tematiche relative alla digitalizzazione, in modo trasversale nei vari insegnamenti del cds. A tal fine, hanno sottolineato l'opportunità di mantenere l'insegnamento BtoB e digital marketing, presente in paniere, nella prospettiva di rendere tale insegnamento obbligatorio.

Il consiglio di corso di studi ha approvato, il 25 Febbraio 2026, l'inclusione di Pasquale d'Apice, Senior Economist al direttorato affari

economici e finanziari della Commissione Europea nel comitato di indirizzo, anche in vista della prossima convocazione dello stesso.

Pdf inserito: [comitato di indirizzo del 4 giugno 2024 \(verbale\)](#) 

[Sintesi delle motivazioni dell'istituzione dei gruppi di affinità](#)

[Istituzione di più corsi nella classe](#)



Gruppo di affinità

Gruppo: 1

Delibera di ateneo relativa all'istituzione di ulteriori corsi nella classe - 73

Parte Testuale

Obiettivi formativi specifici del Corso e descrizione del percorso formativo, anche con riferimento ai descrittori di Dublino



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.

Da ex QUADRO A4.b.1: Conoscenza e comprensione, e Capacità di applicare conoscenza e comprensione: Sintesi

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.

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.

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.

Nell'ambito linguistico le conoscenze riguardano la lingua inglese e una seconda lingua 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.

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.

Da ex QUADRO A4.c: Autonomia di giudizio, Abilità comunicative, Capacità di apprendimento

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.

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.

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.

Le capacità di apprendimento sono conseguite nel percorso di studio nel suo complesso e valutate attraverso forme di verifica continua durante le attività formative.

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.

Profilo e sbocchi



Profilo professionale e sbocchi occupazionali e professionali previsti per i laureati

Nome della figura professionale formata: Analisti dei mercati esteri, esperti di marketing, responsabili vendite

Funzione in un contesto di lavoro e competenze:

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

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.

Il corso prepara alla professione di (codifiche ISTAT)

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

Conoscenze richieste per l'accesso



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.

Modalità di ammissione

Il corso di laurea in Economia e marketing internazionale è a numero programmato e prevede il TOLC-E (Test On Line CISIA), che si può sostenere sia nella modalità in presenza presso una sede universitaria (TOLC@UNI) che a distanza (TOLC@casa), come titolo necessario per partecipare alle selezioni.

Per accedere al corso è necessario seguire alcuni passaggi:

1. iscriversi al Test TOLC-E (TOLC@CASA o TOLC@UNI) e sostenerlo nella data e 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 di dettaglio su tutti i passaggi da seguire per iscriversi al corso sono contenute nel bando di ammissione. Per sostenere il TOLC-E è necessario registrarsi sul Portale del Cisia e iscriversi al test.

Lo studente può sostenere il TOLC-E 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 il TOLC-E a partire dal mese di febbraio.

Le date previste sono disponibili al link:

<https://www.economia.unimore.it/it/didattica/corsi-di-laurea-informazioni-general/tolc-e>.

Nel caso venga scelta la modalità a distanza, 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 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 (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-E svolti sia nella modalità tradizionale presso le strutture universitarie consorziate (TOLC@UNI), che nella modalità TOLC@casa.

Il primo bando si chiuderà l'8 giugno 2026. Se non saranno coperti

tutti i posti programmati, verrà pubblicato un secondo bando intorno alla fine di luglio 2026.

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 2027. 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 2027 verranno iscritti nell'anno accademico 2027/28 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, tenuto da esperti madrelingua del Centro Linguistico di Ateneo, che si occupa delle 4 abilità linguistiche (comprensione e produzione scritta e orale) e 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. Coloro che nella sezione di lingua inglese del TOLC-E abbiamo conseguito un esito almeno pari a 24/30 sono esonerati dalla partecipazione al lettorato del 1° semestre.

Link:

<https://www.economia.unimore.it/it/didattica/corsi-di-laurea-informazioni-generalit/colc-e>

Caratteristiche della prova finale



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.

Modalità di svolgimento della prova finale

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.

La prova finale è la relazione sul tirocinio svolto.

Nei casi in cui non sia possibile svolgere lo stage, la prova finale può consistere nella presentazione di un progetto su argomenti connessi con insegnamenti del piano di studio, assegnato da un docente relatore.

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 svolto.

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. Il bonus riconosciuto, nella formazione del punteggio di laurea, alle studentesse che si laureano in corso, è corretto per i mesi di ritardo del percorso di studio dovuto ad una eventuale gravidanza. E' previsto 1 punto di bonus a tutti coloro che svolgano il ruolo di rappresentanti e che abbiano partecipato alla formazione e soddisfino i requisiti previsti nell'ambito del "Progetto Empowerment".

Le commissioni giudicatrici per la prova finale, i cui membri non possono essere meno di cinque e più di undici, sono nominate dalla Direttrice di Dipartimento e sono composte da docenti 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 dell'elaborato finale.

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, ottobre, dicembre, marzo e aprile.

Parte Tabellare

Attività di base



Ambito Disciplinare	Settore	CFU		min da D.M. per l'ambito
		min	MAX	
Discipline Economiche	ECON-01/A Economia politica ECON-02/A Politica economica STEC-01/B Storia economica	9	9	8
Discipline Aziendali	ECON-06/A Economia aziendale ECON-07/A Economia e gestione delle imprese ECON-09/B Economia degli intermediari finanziari	9	9	8
Discipline Statistiche e Matematiche	STAT-01/A Statistica STAT-02/A Statistica economica STAT-04/A Metodi matematici dell'economia e delle scienze attuariali e finanziarie	9	9	6
Discipline Giuridiche	GIUR-01/A Diritto	6	6	

	privato GIUR-02/A Diritto commerciale GIUR-05/A Diritto costituzionale e pubblico GIUR-06/A Diritto amministrativo e pubblico			6
Minimo di crediti riservati dall'ateneo minimo da D.M. 28:		-		
Totale Attività di Base		33 - 33		

Attività caratterizzanti



Ambito Disciplinare	Settore	CFU		min da D.M. per l'ambito
		min	MAX	
Discipline Aziendali	ECON-06/A Economia aziendale ECON-07/A Economia e gestione delle imprese ECON-08/A Organizzazione aziendale ECON-09/A Finanza aziendale ECON-09/B Economia degli intermediari finanziari	39	39	32
Discipline Economiche	ECON-01/A Economia politica ECON-02/A Politica economica ECON-03/A Scienza	27	27	8

	delle finanze ECON-04/A Economia applicata			
Discipline Quantitative	STAT-01/A Statistica STAT-02/A Statistica economica STAT-04/A Metodi matematici dell'economia e delle scienze attuariali e finanziarie	12	12	10
Discipline Giuridiche	GIUR-02/A Diritto commerciale GIUR-03/A Diritto dell'economia GIUR-04/A Diritto del lavoro GIUR-08/A Diritto tributario GIUR-10/A Diritto dell'unione europea	12	12	12
Minimo di crediti riservati dall'ateneo minimo da D.M. 62:		-		

Totale Attività Caratterizzanti	90 - 90
----------------------------------------	---------

Attività affini



Ambito Disciplinare	CFU	
	min	MAX
Attività formative affini o integrative	24	24
Minimo di crediti riservati dall'ateneo:	-	

Totale Attività Affini	24 - 24
-------------------------------	---------

Descrizione sintetica delle attività affini o integrative



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.


Altre attività



Ambito Disciplinare		CFU	
		min	MAX
A scelta dello studente		12	12
Per la prova finale e la lingua straniera (art. 10, comma 5, lettera c)	Per la prova finale	3	3
	Per la conoscenza di almeno una lingua straniera	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
	Tirocini formativi e di	12	12


	orientamento		
	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	

Raggruppamento settori



Per modificare il raggruppamento dei settori

Riepilogo CFU



CFU totali per il conseguimento del titolo	180
Range CFU totali del corso	180 - 180

Massimo numero di crediti riconoscibili (D.M. n. 931/2024)	48
-------------------------------------------------------------------	-----------

Eventuale articolazione curricolare inclusi eventuali orientamenti/indirizzi
(ex Eventuali Curriculum)

Non sono previsti curricula

Offerta Didattica Programmata

Attività di base	Settore	CFU Obbl				
Discipline Economiche	<table border="1"> <tr> <td colspan="2" data-bbox="823 931 1294 994">ECON-01/A Economia politica</td> </tr> <tr> <td data-bbox="823 1001 1054 1379"><i>Introduzione alla microeconomia (Nessun partizionamento) (1 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i></td> <td data-bbox="1059 1001 1286 1379"></td> </tr> </table>	ECON-01/A Economia politica		<i>Introduzione alla microeconomia (Nessun partizionamento) (1 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i>		9 - 9
	ECON-01/A Economia politica					
<i>Introduzione alla microeconomia (Nessun partizionamento) (1 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i>						
Discipline Aziendali	<table border="1"> <tr> <td colspan="2" data-bbox="823 1469 1294 1565">ECON-09/B Economia degli intermediari finanziari</td> </tr> <tr> <td data-bbox="823 1572 1054 2069"><i>Economia degli intermediari finanziari e finanza nel contesto internazionale (Nessun partizionamento) (2 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i></td> <td data-bbox="1059 1572 1286 2069"></td> </tr> </table>	ECON-09/B Economia degli intermediari finanziari		<i>Economia degli intermediari finanziari e finanza nel contesto internazionale (Nessun partizionamento) (2 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i>		9 - 9
	ECON-09/B Economia degli intermediari finanziari					
<i>Economia degli intermediari finanziari e finanza nel contesto internazionale (Nessun partizionamento) (2 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i>						

Discipline Statistiche e Matematiche	<table border="1"> <tr> <td colspan="2" data-bbox="831 197 1278 259">STAT-01/A Statistica</td> </tr> <tr> <td data-bbox="831 264 1058 562"> <i>Statistica (Nessun partizionamento) (2 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i> </td> <td data-bbox="1061 264 1278 562"></td> </tr> </table>	STAT-01/A Statistica		<i>Statistica (Nessun partizionamento) (2 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i>		9 - 9
STAT-01/A Statistica						
<i>Statistica (Nessun partizionamento) (2 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i>						
Discipline Giuridiche	<table border="1"> <tr> <td colspan="2" data-bbox="831 651 1278 757">GIUR-05/A Diritto costituzionale e pubblico</td> </tr> <tr> <td data-bbox="831 761 1058 1059"> <i>Diritto pubblico (Nessun partizionamento) (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i> </td> <td data-bbox="1061 761 1278 1059"></td> </tr> </table>	GIUR-05/A Diritto costituzionale e pubblico		<i>Diritto pubblico (Nessun partizionamento) (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>		6 - 6
GIUR-05/A Diritto costituzionale e pubblico						
<i>Diritto pubblico (Nessun partizionamento) (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>						
Minimo di crediti riservati dall'ateneo: - (minimo da D.M. 28)						
Totale attività di Base			3 3 - 3 3			

Attività caratterizzanti	Settore	CFU Obbl				
Discipline Aziendali	<table border="1"> <tr> <td colspan="2" data-bbox="831 1890 1278 1995">ECON-06/A Economia aziendale</td> </tr> <tr> <td data-bbox="831 2000 1058 2083"> <i>Pianificazione d'impresa e</i> </td> <td data-bbox="1061 2000 1278 2083"></td> </tr> </table>	ECON-06/A Economia aziendale		<i>Pianificazione d'impresa e</i>		3 9 - 3 9
ECON-06/A Economia aziendale						
<i>Pianificazione d'impresa e</i>						

*budgeting
(Nessun
partizionamen
to) (1 anno) - 6
CFU -
semestrale -
obbl*

*Economia
aziendale
(Nessun
partizionamen
to) (1 anno) - 9
CFU -
semestrale -
obbl*

**ECON-07/A Economia e
gestione delle imprese**

*Economia e
gestione delle
imprese
(Nessun
partizionamen
to) (1 anno) - 6
CFU -
semestrale -
obbl*

*Marketing
(Nessun
partizionamen
to) (2 anno) - 9
CFU -
semestrale -
obbl*

*Marketing
internazionale
(Nessun
partizionamen
to) (3 anno) - 9
CFU -
semestrale -
obbl*

ECON-02/A Politica economica

7

*Introduzione
alla
macroeconomie
a (Nessun
partizionamen
to) (2 anno) - 9
CFU -
semestrale -
obbl*

-
2
7

*Economia
internazionale
(Nessun
partizionamen
to) (3 anno) - 6
CFU -
semestrale -
obbl*

ECON-03/A Scienza delle
finanze

*Scienza delle
finanze
(Nessun
partizionamen
to) (2 anno) - 6
CFU -
semestrale -
obbl*

ECON-04/A Economia
applicata

*Economia e
istituzioni dei
distretti
industriali
(Nessun
partizionamen
to) (3 anno) - 6
CFU -
semestrale -
obbl*

Discipline Quantitative

STAT-04/A Metodi matematici dell'economia e delle scienze attuariali e finanziarie

Matematica generale e finanziaria (Nessun partizionamento) (1 anno) - 12 CFU - annuale - obbl

1
2
-
1
2

Discipline Giuridiche

GIUR-02/A Diritto commerciale

Diritto privato e commerciale con elementi di diritto internazionale - II parte (Nessun partizionamento) (2 anno) - 6 CFU - annuale - obbl

1
2
-
1
2

GIUR-03/A Diritto dell'economia

Diritto privato e commerciale con elementi di diritto internazionale - I parte (Nessun partizionamento) (2 anno) - 6 CFU - annuale - obbl

Minimo di crediti riservati dall'ateneo: -

(minimo da D.M. 62)

Totale attività caratterizzanti

9
0
-
9
0

Attività affini	Settore	CFU	
Attività formative affini o integrative	ANGL-01/C Lingua, traduzione e linguistica inglese	28	
	<i>Lingua inglese (idoneità) - I parte (Nessun partizionamento) (1 anno) - 3 CFU - semestrale - obbl</i>		24
	<i>Lingua inglese II (Nessun partizionamento) (3 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i>		18
	ECON-07/A Economia e gestione delle imprese		
	<i>Management delle esportazioni (Nessun partizionamento) (3 anno) - 6 CFU - semestrale</i>		

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

ECON-08/A Organizzazione aziendale

*Organizzazione e gestione delle risorse umane
(Nessun partizionamento) (3 anno) - 6 CFU - semestrale*

FRAN-01/B Lingua, traduzione e linguistica francese

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

*Lingua francese II
(Nessun partizionamento) (3 anno) - 6 CFU - semestrale*

GERM-01/C Lingua, traduzione e linguistica tedesca

*Lingua tedesca I
(Nessun partizionamento)*

*to) (2 anno) - 6
CFU -
semestrale*

*Lingua tedesca
II (Nessun
partizionamen
to) (3 anno) - 6
CFU -
semestrale*

**GIUR-05/A Diritto
costituzionale e pubblico**

*Diritto
dell'Unione
Europea
(Nessun
partizionamen
to) (3 anno) - 6
CFU -
semestrale*

**SPAN-01/C Lingua, traduzione
e linguistica spagnola**

*Lingua
spagnola I
(Nessun
partizionamen
to) (2 anno) - 6
CFU -
semestrale*

*Lingua
spagnola II
(Nessun
partizionamen
to) (3 anno) - 6
CFU -
semestrale*

STEC-01/B Storia economica

*Storia
economica
(Nessun*

partizionamen
to) (3 anno) - 6
CFU -
semestrale

Totale attività Affini

2
4
-
2
4

Altre attività

CFU
CFU
Rad

A scelta dello studente

1
2
-
1
2

Per la prova finale e la lingua straniera (art. 10, comma 5, lettera c)

Per la prova finale

3
-
3

Per la conoscenza di almeno una lingua straniera

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

Tirocini formativi e di orientamento

1
2
-
1
2


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	3 3 - 3 3

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

[Regolamento Didattico del CdS](#)

Pdf inserito: 

[Indicazione dei piani di studio offerti agli studenti](#)

[Matrice di Tuning](#)

Aziendale

Conoscenza e comprensione

I corsi introduttivi che si concentrano nel primo anno e mezzo del corso di studi (Economia Aziendale, Pianificazione d'impresa e budgeting, 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, prestando attenzione a quegli aspetti che riguardano l'attività delle imprese nel contesto internazionale. Vengono forniti i primi riferimenti ai concetti dell'organizzazione, del marketing e della finanza; 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, e dei sistemi e intermediari finanziari, ponendo attenzione agli strumenti di supporto alle scelte finanziarie delle imprese internazionalizzate.

Una attenzione è rivolta poi a tematiche di innovazione dei modelli di business con riferimento in particolare alla sostenibilità ambientale e sociale, e al ruolo dell'innovazione digitale e tecnologica, in ottica di creazione e condivisione di valore.

I corsi di approfondimento, che si tengono a partire dal 2° semestre del 2° anno e riguardano interamente il 3° anno, sono rivolti alla conoscenza più specifica del marketing in contesti consumer e business (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 ad approfondire le tematiche del marketing business-to-business, con particolare riferimento ai cambiamenti apportati dalle trasformazioni digitali. Le principali tematiche fanno riferimento al comportamento d'acquisto dei clienti business, alle strategie di segmentazione e di gestione dell'offerta, ai canali di marketing e alla comunicazione. 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, l'offerta formativa riguarda il 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 basate sulle esportazioni, 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 sull'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;
- elaborare un export business plan ;
- 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:

Anno di corso 1 - Economia aziendale (cfu 9 - 50-311 - 172604780) [url](#)

Anno di corso 1 - Economia e gestione delle imprese (cfu 6 - 50-311 - 172604775) [url](#)

Anno di corso 1 - Pianificazione d'impresa e budgeting (cfu 6 - 50-311 - 172604776) [url](#)

Anno di corso 2 - Economia degli intermediari finanziari e finanza nel contesto internazionale (cfu 9 - 50-311 - 172702549) [url](#)

Anno di corso 2 - Marketing (cfu 9 - 50-311 - 172702548) [url](#)

Anno di corso 3 - BtoB e digital marketing (cfu 6 - 50-311 - 172801063) [url](#)

Anno di corso 3 - Management delle esportazioni (cfu 6 - 50-311 - 172801060) [url](#)

Anno di corso 3 - Marketing internazionale (cfu 9 - 50-311 - 172801062) [url](#)

Anno di corso 3 - Organizzazione e gestione delle risorse umane (cfu 6 - 50-311 - 172801061) [url](#)

Economica

Conoscenza e comprensione

I corsi introduttivi di area economica, erogati nel primo anno e mezzo del corso di studi, 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, erogati nel terzo anno del corso di studi, 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. Uno sguardo è rivolto anche alle tematiche relative alla trasformazione digitale e all'economia circolare nei sistemi di

imprese. Lo studente, inoltre, acquisisce 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. Questo insegnamento viene erogato in lingua inglese

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Gli studenti sono in grado di applicare gli strumenti analitici appresi nell'interpretazione dei fenomeni economici che determinano il contesto internazionale. Nei corsi di base vengono 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 individuare ed elaborare i dati necessari per studiare un certo problema economico, in particolare con riferimento al contesto internazionale.

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:

Anno di corso 1 - Introduzione alla microeconomia (cfu 9 - 50-311 - 172604783) [url](#)

Anno di corso 2 - Introduzione alla macroeconomia (cfu 9 - 50-311 - 172702540) [url](#)

Anno di corso 2 - Scienza delle finanze (cfu 6 - 50-311 - 172702545) [url](#)

Anno di corso 3 - Economia e istituzioni dei distretti industriali (cfu 6 - 50-311 - 172801066) [url](#)

Anno di corso 3 - Economia internazionale (cfu 6 - 50-311 - 172801058) [url](#)

Anno di corso 3 - Storia economica (cfu 6 - 50-311 - 172801059) [url](#)

Statistico-matematico

Conoscenza e comprensione

Le conoscenze matematiche di base (Matematica e matematica

finanziaria), acquisite nel primo anno del corso di studi, mirano a una conoscenza e comprensione dei principali strumenti e metodi dell'analisi matematica con particolare riguardo a due ambiti: calcolo (calcolo differenziale per funzioni reali di una variabile reale e calcolo integrale), e matematica finanziaria (capitalizzazione e attualizzazione, rendite, ammortamenti, investimenti e finanziamenti in condizioni di certezza). Le conoscenze statistiche di base (Statistica), acquisite nel 2° anno del corso di studi, 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;
- estrarre informazioni qualitative da dati quantitativi;
- 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:

Anno di corso 1 - Informatica (idoneità) (cfu 3 - 50-311 - 172604784) [url](#)

Anno di corso 1 - Matematica generale e finanziaria (cfu 12 - 50-311 - 172604782) [url](#)

Anno di corso 2 - Statistica (cfu 9 - 50-311 - 172702550) [url](#)

Linguistica

Conoscenza e comprensione

I percorsi di apprendimento della lingua inglese e delle seconde lingue (lingua francese, lingua spagnola e lingua tedesca), erogati nei tre anni del corso di studi, 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 (come 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 svolge attraverso lezioni di didattica ufficiale di Lingua Inglese – Idoneità, e Lingua Inglese II, che si tengono rispettivamente al primo e terzo anno. Tali corsi 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, si affiancano, sui tre anni di corso di studi, esercitazioni linguistiche tenute dal Collaboratore ed Esperto Linguistico (CEL) di madrelingua inglese. Tali esercitazioni sono orientate al potenziamento delle quattro abilità linguistiche, ovvero ascolto, lettura e produzione scritta e orale.

Per quanto concerne le seconde lingue, 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 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 studenti le competenze necessarie per:

- la comprensione globale di testi le cui tematiche sono riconducibili all'ambito economico e aziendale (come 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, veicolati, ad esempio, da 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:

Anno di corso 1 - Lingua inglese (idoneità) (cfu 6 - 50-311 - 172604777)

[url](#)

Anno di corso 2 - Lingua francese I (cfu 6 - 50-311 - 172702546) [url](#)

Anno di corso 2 - Lingua spagnola I (cfu 6 - 50-311 - 172702544) [url](#)

Anno di corso 2 - Lingua tedesca I (cfu 6 - 50-311 - 172702547) [url](#)

Anno di corso 3 - Lingua francese II (cfu 6 - 50-311 - 172801055) [url](#)

Anno di corso 3 - Lingua inglese II (cfu 9 - 50-311 - 172801057) [url](#)

Anno di corso 3 - Lingua spagnola II (cfu 6 - 50-311 - 172801056) [url](#)

Anno di corso 3 - Lingua tedesca II (cfu 6 - 50-311 - 172801064) [url](#)

Giuridica

Conoscenza e comprensione

I corsi introduttivi di area giuridica, erogati nel primo anno e mezzo del corso di studi, forniscono 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, sono fornite sia

conoscenze di base relative alla teoria generale del diritto, al sistema delle fonti ed alla struttura costituzionale dello Stato (Diritto Pubblico, 1° anno), 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, e più specificamente conoscenze relative ad elementi di internazionalità quali: norme di diritto europeo dell'impresa e della concorrenza, elementi di diritto internazionale in materia di tutela della proprietà intellettuale, disciplina europea dei marchi, norme di copyright e tutele digitali nazionali e comunitarie (Diritto privato e commerciale con elementi di diritto internazionale, 2° anno). Questo percorso viene successivamente approfondito con conoscenze relative alle istituzioni e alle politiche dell'Unione Europea (Diritto dell'Unione Europea, 3° anno).

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:

Anno di corso 1 - Diritto pubblico (cfu 6 - 50-311 - 172604785) [url](#)

Anno di corso 2 - Diritto privato e commerciale con elementi di diritto internazionale (cfu 12 - 50-311 - 172702541) [url](#)

Anno di corso 3 - Diritto dell'Unione Europea (cfu 6 - 50-311 - 172801067) [url](#)

Offerta Didattica Erogata

N.	Sede	Coorte	CUIN	Insegnamento	Settori insegnamento	Docente	Settore docente	Ore di didattica assistita
1	036023	2024	172601157	BtoB e digital marketing <i>semestrale</i>	SECS - P/08	Docente di riferimento Gianluca MARCHI CV <i>Professore Ordinario</i>	ECO N-07/A	42
2	036023	2024	172601159	Diritto dell'Unione Europea <i>semestrale</i>	IUS/09	Docente di riferimento Salvatore ALOISIO CV <i>Ricercatore confermato</i>	GIUR - 05/A	42
3	036023	2025	172603069	Diritto privato	IUS/05	Iacopo SEN	GIUR - 04/A	42

				to e com merc iale con elem enti di diritt o inter nazio nale - I parte (mod ulo di Diritt o priva to e com merc iale con elem enti di diritt o inter nazio nale) <i>annu ale</i>		ATO RI CV <i>Profe ssore Assoc iato (L. 240/ 10)</i>		
4	0360 23	2025	1726 0306 8	Diritt o priva to e com merc iale con elem enti di diritt o	IUS/ 04	Giacomo BOSI CV <i>Profe ssore Assoc iato (L. 240/ 10)</i>	GIUR - 02/A	42

				inter nazionale - II parte (modulo di Diritto privato e commerciale con elementi di diritto internazionale) <i>annuale</i>				
5	036023	2026	172604785	Diritto pubblico <i>semestrale</i>	GIUR - 05/A	Roberto PINARDI CV <i>Professore Ordinario</i>	GIUR - 05/A	42
6	036023	2026	172604780	Economia aziendale <i>semestrale</i>	ECO N- 06/A	Docente di riferimento Cinzia PAROLINI CV <i>Professore</i>	ECO N- 06/A	42

10	0360 23	2025	1726 0307 3	Economia degli intermediari finanziari e finanza nel contesto internazionale <i>semestrale</i>	SECS - P/11	Daniela PENNETTA CV <i>Ricercatore a t.d.-t.pieno (L. 79/2022)</i>	ECO N- 09/B	21
11	0360 23	2026	1726 0477 5	Economia e gestione delle imprese <i>semestrale</i>	ECO N- 07/A	Giulia TAGLIAZUCCI CV <i>Ricercatore a t.d. - t.pieno (art. 24 c.3-b L. 240/10)</i>	ECO N- 07/A	42
12	0360 23	2024	1726 0116 4	Economia e istituzioni dei distretti industriali	SECS - P/02	Gwendalina Maria ANZOLINI CV <i>Ricercatore a t.d.-</i>	ECO N- 04/A	42

				<i>seme strale</i>		<i>t.pien o (L. 79/2 022)</i>		
13	0360 23	2024	1726 0116 7	Econ omia inter nazio nale seme strale	SECS - P/02	Barb ara LUPP I CV <i>Profe ssore Assoc iato (L. 240/ 10)</i>	ECO N- 01/A	42
14	0360 23	2026	1726 0478 4	Infor mati ca (idon eit�) seme strale	INFO - 01/A	Clau dia FERR ARI CV		24
15	0360 23	2025	1726 0307 5	Intro duzi one alla macr oeco nomi a seme strale	SECS - P/02	Doce nte di riferi ment o Simo ne RIGH I CV <i>Profe ssore Assoc iato (L. 240/ 10)</i>	ECO N- 02/A	63
16	0360 23	2026	1726 0478 3	Intro duzi one alla micr oeco nomi	ECO N- 01/A	Fabri zio PATR IARC A CV <i>Profe ssore</i>	ECO N- 02/A	63

				a <i>seme</i> <i>strale</i>		<i>Assoc</i> <i>iato</i> <i>(L.</i> <i>240/</i> <i>10)</i>	
17	0360 23	2025	1726 0307 7	Ling ua franc ese I <i>seme</i> <i>strale</i>	L- LIN/ 04	Doce nte non speci ficat o	42
18	0360 23	2024	1726 0117 3	Ling ua franc ese II <i>seme</i> <i>strale</i>	L- LIN/ 04	Sara FURL ATI CV	18
19	0360 23	2026	1726 0477 8	Ling ua ingle se (idon eità) - I parte (mod ulo di Lingu a ingle se (idon eità)) <i>seme</i> <i>strale</i>	ANGL - 01/C	Doce nte non speci ficat o	21
20	0360 23	2026	1726 0477 9	Ling ua ingle se (idon eità) - II parte (mod ulo di Lingu	ANGL - 01/C	Doce nte non speci ficat o	21

				a ingle se (idon eità)) <i>seme strale</i>				
21	0360 23	2024	1726 0117 4	Ling ua ingle se II <i>seme strale</i>	L- LIN/ 12	Doce nte non speci ficat o		63
22	0360 23	2025	1726 0307 8	Ling ua spag nola I <i>seme strale</i>	L- LIN/ 07	Doce nte di riferi ment o Roxn amer Del Valle COR ONA PAN GRA ZIO CV <i>Attivi ta' di inseg name nto (art. 23 L. 240/ 10)</i>	SPA N- 01/C	42
23	0360 23	2024	1726 0117 5	Ling ua spag nola II <i>seme strale</i>	L- LIN/ 07	Andr ea BRA NDA NI CV		18
24	0360	2025	1726	Ling	L-	Andr		42

	23		0308 4	ua tede sca I <i>seme strale</i>	LIN/ 14	ea Meta BIRK CV		
25	0360 23	2024	1726 0117 6	Ling ua tede sca II <i>seme strale</i>	L- LIN/ 14	Doce nte non speci ficat o		18
26	0360 23	2024	1726 0117 7	Man age ment delle espo rtazi oni <i>seme strale</i>	SECS - P/08	Doce nte di riferi ment o Tizia no BUR SI CV <i>Attivi ta' di inseg name nto (art. 23 L. 240/ 10)</i>	ECO N- 07/A	42
27	0360 23	2025	1726 0307 9	Mark eting <i>seme strale</i>	SECS - P/08	Bern ardo BALB ONI CV <i>Profe ssore Assoc iato (L. 240/ 10)</i>	ECO N- 07/A	21
28	0360 23	2025	1726 0307 9	Mark eting <i>seme strale</i>	SECS - P/08	Linda GAB BIAN ELLI	ECO N- 07/A	42


						CV Profe ssore Assoc iato (L. 240/ 10)		
29	0360 23	2024	1726 0117 9	Mark eting inter nazio nale seme strale	SECS - P/08	Doce nte di riferi ment o Mari na VIGN OLA CV Profe ssore Assoc iato (L. 240/ 10)	ECO N- 07/A	63
30	0360 23	2026	1726 0478 2	Mate mati ca gene rale e finan ziari a annu ale	STAT - 04/A	Alber to ZAFF ARO NI CV Profe ssore Ordin ario	STAT - 04/A	84
31	0360 23	2024	1726 0118 1	Orga nizza zione e gesti one delle risor se uma	SECS - P/10	Doce nte di riferi ment o Ludo vica LEO NE	ECO N- 08/A	42

				ne seme strale		CV Profe ssore Assoc iato (L. 240/ 10)		
32	0360 23	2026	1726 0477 6	Piani ficazi one d'im pres a e budg eting seme strale	ECO N- 06/A	Fran cesc o BADI A CV Profe ssore Assoc iato (L. 240/ 10)	ECO N- 06/A	42
33	0360 23	2026	1726 0478 1	Prec orso di mate matica	STAT - 04/A	Doce nte non speci ficat o		18
34	0360 23	2025	1726 0308 0	Scien za delle finan ze seme strale	SECS - P/03	Giov anni GALL O CV Profe ssore Assoc iato (L. 240/ 10)	ECO N- 03/A	42
35	0360 23	2025	1726 0308 2	Stati stica seme strale	SECS - S/01	Doce nte di riferi ment o Silvia MON TAG	STAT - 01/A	63

						NA CV Ricer cator e a t.d. - t.pien o (art. 24 c.3-b L. 240/ 10)		
							ore totali	1356

Didattica programmata per coorte

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.	GIUR - 05/A	Anno di corso 1	Diritto pubblico link	PINARDI ROBERTO CV	PO	6	42	
2.	ECON- 06/A	Anno di corso 1	Economia aziendale link	CASELLI PAOLO CV		9	21	
3.	ECON- 06/A	Anno di corso 1	Economia aziendale link	PAROLINI CINZIA CV	PO	9	42	
4.	ECO	Anno	Econ	TAGL	RD	6	42	

	N-07/A	di corso 1	omia e gestione delle imprese link	IAZU CCHI GIULIA CV				
5.	INFO-01/A	Anno di corso 1	Informati ca (idoneità) link	FERRARI CLAUDIA CV		3	24	
6.	ECON-01/A	Anno di corso 1	Introduzione alla microeconomia link	PATRIARCA FABRIZIO CV	PA	9	63	
7.	ANGL-01/C ANGL-01/C	Anno di corso 1	Lingua inglese (idoneità) link			6		
8.	ANGL-01/C	Anno di corso 1	Lingua inglese (idoneità) - I parte (<i>modulo di Lingua inglese (idoneità)</i>) link			3	21	

9.	ANGL - 01/C	Anno di corso 1	Lingu a ingle se (idon eità) - Il parte (<i>mod ulo di Lingu a ingles e (idon eità)</i>) link			3	21	
10.	STAT - 04/A	Anno di corso 1	Mate mati ca gene rale e finan ziaria link	ZAFF ARO NI ALBE RTO CV	PO	12	84	
11.	ECO N- 06/A	Anno di corso 1	Piani ficazi one d'im pres a e budg eting link	BADI A FRA NCES CO CV	PA	6	42	
12.	STAT - 04/A	Anno di corso 1	Prec orso di mate mati ca link			0	18	
13.	GIUR - 02/A GIUR	Anno di corso 2	Diritt o priva to e com			12		

	- 03/A		merc iale con elem enti di diritt o inter nazio nale link					
14.	GIUR - 03/A	Anno di corso 2	Diritt o priva to e com merc iale con elem enti di diritt o inter nazio nale - I parte <i>(mod ulo di Diritt o privat o e com merci ale con elem enti di diritt o intern azion</i>	SEN ATO RI IACO PO CV	PA	6	42	

			<i>ale)</i> link					
15.	GIUR - 02/A	Anno di corso 2	Diritt o priva to e com merc iale con elem enti di diritt o inter nazio nale - Il parte <i>(mod ulo di Diritt o privat o e com merci ale con elem enti di diritt o intern azion ale)</i> link	BOSI GIAC OMO CV	PA	6	42	
16.	ECO N- 09/B	Anno di corso 2	Econ omia degli inter medi ari finan ziari e	GAM BAR ELLI LUCA CV	RD	9	21	

			finanza nel contesto internazionale link					
17.	ECON-02/A	Anno di corso 2	Introduzione alla macroeconomia link	RIGHI SIMONE CV	PA	9	63	
18.	FRA N-01/B	Anno di corso 2	Lingua francese I link			6	42	
19.	SPAN-01/C	Anno di corso 2	Lingua spagnola I link			6	42	
20.	GERM-01/C	Anno di corso 2	Lingua tedesca I link			6	42	
21.	ECON-07/A	Anno di corso 2	Marketing link	BALBONI BERNARDO CV	PA	9	21	
22.	ECON-07/A	Anno di corso 2	Marketing link	GABBIANELLI LINDA CV	PA	9	42	
23.	ECO	Anno	Scien	GALL	PA	6	42	

	N-03/A	di corso 2	za delle finanze link	O GIOVANNI CV				
24.	STAT-01/A	Anno di corso 2	Stattica link	MONTAGNA SILVIA CV	RD	9	63	
25.	ECON-07/A	Anno di corso 3	BtoB e digital marketing link	MARCHIGIANLUCA CV	PO	6	42	
26.	GIUR-05/A	Anno di corso 3	Diritto dell'Unione Europea link	ALOSIO SALVATORE CV	RU	6	42	
27.	ECON-04/A	Anno di corso 3	Economia e istituzioni dei distretti industriali link	ANZOLIN GUE NDA LINA MARIA CV	RD	6	42	
28.	ECON-02/A	Anno di corso 3	Economia internazionale link	LUPP I BARBARA CV	PA	6	42	
29.	FRA N-01/B	Anno di	Lingua franc			6	42	

		corso 3	ese II link					
30.	ANGL - 01/C	Anno di corso 3	Lingu a ingle se II link			9	63	
31.	SPA N- 01/C	Anno di corso 3	Lingu a spag nola II link			6	42	
32.	GER M- 01/C	Anno di corso 3	Lingu a tede sca II link			6	42	
33.	ECO N- 07/A	Anno di corso 3	Man age ment delle espo rtazi oni link			6	42	
34.	ECO N- 07/A	Anno di corso 3	Mark eting inter nazio nale link	VIGN OLA MARI NA CV	PA	9	63	
35.	ECO N- 08/A	Anno di corso 3	Orga nizza zione e gesti one delle risor se uma ne link	LEO NE LUD OVIC A CV	PA	6	42	
36.	PRO	Anno	Prov			3		

	FIN_ S	di corso 3	a final e link					
37.	STEC - 01/B	Anno di corso 3	Stori a econ omic a link	RINA LDI ALBE RTO CV	PO	6	42	
38.	NN	Anno di corso 3	Tiroci nio link			12		

Calendario del Corso di Studio e orario delle attività formative

Calendario del Corso di Studio e orario delle attività formative

<https://www.economia.unimore.it/it/didattica/organizzazione-didattica/orario-delle-lezioni>

Data di inizio dell'attività didattica

28/09/2026

Calendario degli esami di profitto


<https://www.economia.unimore.it/it/didattica/organizzazione-didattica/appelli-desame>

Calendario sessioni della Prova finale

<https://www.economia.unimore.it/it/didattica/organizzazione-didattica/sedute-di-laurea/come-ci-si-laurea-nelle-lauree-triennali-dm>

Infrastrutture


Aule

Pdf inserito: 

Laboratori e Aule Informatiche

Pdf inserito: 

Sale Studio


Pdf inserito: 

Biblioteche

Pdf inserito: 

Servizi a supporto


Orientamento in ingresso e in itinere

Pdf inserito: 

Tutorato

Pdf inserito: 

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

Pdf inserito: 

Assistenza per la mobilità internazionale Il corso di studio aderisce alle iniziative di mobilità internazionale definite a livello di Ateneo e di Dipartimento.

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 vi partecipano.

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

<https://www.economia.unimore.it/it/internazionalizzazione>.

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

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 a questo programma gli studenti possono trascorrere all'estero un periodo compreso tra 2 e 12 mesi presso istituzioni, imprese, centri di formazione e di ricerca, pubblici o privati. Al termine gli studenti del terzo anno possono avere riconosciuti i 12 CFU curriculari assegnati allo stage, gli altri possono avere riconosciuti CFU a libera scelta fino ad un massimo di 12 CFU.

3) Doppio Diploma

Il Doppio Diploma è un programma integrato di studio istituito da due università che permette agli studenti di frequentare una parte della carriera presso la propria università e una parte presso una sede partner, ottenendo al termine del percorso un titolo doppio o multiplo, riconosciuto nei paesi presso i quali si è svolto il percorso universitario. Il programma di studio e le modalità di rilascio del titolo di studio vengono definite tra le due Università all'interno di una convenzione.

Il Corso di studio ha siglato tre accordi di doppio diploma di laurea con:

- a) l'Università d'Angers (Francia);
- b) l'Università di Applied Sciences di Augsburg (Germania);
- c) l'Università Jaume I di Castellon - Facultad de Ciencias Jurídicas y Económicas (Spagna).

4) Erasmus+ KA 131 Blended Intensive Programme (BIP)

Il Programma Erasmus+ 2021–2027 ha introdotto i Blended Intensive Programmes (BIP), percorsi formativi innovativi che combinano brevi periodi di mobilità fisica all'estero (da 5 a 30 giorni) con attività di apprendimento e cooperazione virtuale, svolte in collaborazione con università partner europee. Nel corso dell'ultimo anno, il Dipartimento ha attivato i seguenti BIP:

- Sustainable Fashion, Augsburg Germania;
- VIVE Europe: Rethinking Low-Density Territories, Inspiring Big Futures, Oliveira do Hospital School of Technology and Management (ESTGOH), part of the Polytechnic University of Coimbra;
- Sustainable supply chain & logistics wired by data analytics, Coimbra Business School Portogallo.

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

Inserimento atenei in convenzione



N.	Nazione	Ateneo in convenzione	Codice EACEA	Data convenzione	Titolo
1	Argentina	Universidad de San Andres		04/12/2024	solo italiano
2	Austria	FH Kärnten - gemeinnützige Gesellschaft mbH		28/05/2025	solo italiano
3	Austria	Universität für Weiterbildung Krams		17/10/2025	solo italiano
4	Belgio	HEPL - HAUTE ECOLE DE LA PROVINCE DE LIÉGÈ		15/01/2025	solo italiano
5	Belgio	Universiteit Antwerpen	103466 -EPP-1-2014-1-BE-EPPKA3 -ECHE	12/11/2024	solo italiano
6	Belgio	University colleges Leuven-Limburg		28/10/2024	solo italiano
7	Brasile	FEA-RP - Universidade de Sao Paulo		22/09/2022	solo italiano

8	Bulgaria	University of Economics - Varna/Ikonomicheski Universitet - Varna		08/10/2025	solo italiano
9	Bulgaria	Varna Free University	210397 -EPP-1-2014-1-BG-EPPKA3 -ECHE	01/10/2024	solo italiano
10	Bulgaria	Varna University of Management (VUM) ex International University College (IUC)		04/09/2024	solo italiano
11	Cile	Universidad Catolica del Maule		04/12/2024	solo italiano
12	Cile	Universidad De Talca		24/12/2024	solo italiano
13	Cina	Shanghai University - School of Economics		08/08/2022	solo italiano

14	Cina	UIBE Universi ty of Internati onal Busines s and Economi cs		11/06/2 025	solo italiano
15	Cina	Xi'an Jiaotong - Liverpoo l Universi ty, Suzhou, Jiangsu Province - School of Humanit ies and Social Sciences (HSS)		16/04/2 024	solo italiano
16	Colombi a	Universi dad EAFIT		05/02/2 025	solo italiano
17	Croazia	PAR universit y of applied sciences		24/01/2 025	solo italiano
18	Croazia	Universi ty of Zagreb		21/06/2 024	solo italiano
19	Croazia	Zagreb School of Economi cs and Manage ment		18/12/2 024	solo italiano
20	Danimar	Via		18/11/2	solo

	ca	University College		015	italiano
21	Finlandia	Centria University of Applied Sciences		06/10/2025	solo italiano
22	Finlandia	Seinajoki University of Applied Sciences		09/12/2025	solo italiano
23	Francia	NEOMA Business School		11/09/2025	solo italiano
24	Francia	Université Catholique de Lille		21/10/2025	solo italiano
25	Francia	Université de Poitiers		22/04/2025	solo italiano
26	Francia	Université Bourgogne Europe		19/03/2025	solo italiano
27	Francia	Université d'Angers		30/01/2025	solo italiano
28	Francia	Université d'Angers		29/05/2023	doppio
29	Francia	Université de Lille		30/05/2025	solo italiano
30	Francia	Université de Montpellier		29/10/2025	solo italiano

31	Germania	Frankfurt University of Applied Sciences		18/11/2022	solo italiano
32	Germania	Hochschule Augsburg - University of Applied Sciences /Technische Hochschule für angewandte Wissenschaften Augsburg		13/01/2025	solo italiano
33	Germania	Hochschule Augsburg - University of Applied Sciences /Technische Hochschule für angewandte Wissenschaften Augsburg		13/01/2025	doppio
34	Germania	Hochschule Bochum - Universi		18/09/2024	solo italiano

		ty of Applied Sciences			
35	Germania	Hochschule für Technik und Wirtschaft (HTW) Berlin - University of Applied Sciences		24/09/2024	solo italiano
36	Germania	Justus-Liebig-Universität Giessen		04/02/2025	solo italiano
37	Germania	Katholische Universität Eichstatt - Ingolstadt		13/01/2025	solo italiano
38	Germania	Universität Kassel		13/01/2025	solo italiano
39	Germania	University of Potsdam		13/01/2025	solo italiano
40	Germania	University of Rostock		21/11/2024	solo italiano
41	India	Amity University		12/12/2022	solo italiano
42	India	Karunya Institute of Technolo		01/12/2025	solo italiano

		gy and Sciences			
43	Lituania	Socialini u Mokslu Kolegija (SMK University of Applied Social Sciences)		27/01/2025	solo italiano
44	Norvegia	Molde University College - Specialized University in Logistics		28/01/2025	solo italiano
45	Paesi Bassi	Inholland University - Rotterdam		09/07/2025	solo italiano
46	Polonia	Akademi a Polonijn a w Czestoc howie		19/12/2024	solo italiano
47	Polonia	Gdansk University of Technology		30/07/2025	solo italiano
48	Polonia	Krakov Economics University		02/12/2024	solo italiano
49	Polonia	Nicolaus		24/09/2	solo

		Copernicus University in Torun		024	italiano
50	Polonia	Rzeszów University of Technology / Politechnika Rzeszowska Im Ignacego Lukaszewicza Prz		04/06/2025	solo italiano
51	Polonia	University of Economics in Katowice		19/02/2025	solo italiano
52	Polonia	University of Warsaw		20/02/2025	solo italiano
53	Polonia	Witelon University/Collegium Witelona Uczelnia Panstwowa		13/10/2025	solo italiano
54	Polonia	Wrocław University of Science and Technology/Polit		24/10/2024	solo italiano

		echnika Wroclaw ska			
55	Portogal lo	INSTITU TO POLITÃC NICO DE COIMBR A		30/05/2 025	solo italiano
56	Portogal lo	Instituto PolitÃ©c nico do Porto		12/12/2 024	solo italiano
57	Portogal lo	Polytech nic Institute of Cavado and Ave		06/06/2 025	solo italiano
58	Portogal lo	Universi dade De Coimbra	29242- EPP-1- 2014-1- PT- EPPKA3 -ECHE	31/10/2 025	solo italiano
59	Romania	Academi a de Studii Economi ce din Bucures ti		03/06/2 025	solo italiano
60	Romania	Universi tatea din BucureÅ ti		17/03/2 025	solo italiano
61	Slovenia	B2 Ljubljana School of Busines s		20/12/2 024	solo italiano
62	Spagna	CONSOR ZIO		13/10/2 015	solo italiano

63	Spagna	Universidad 'Jaume I' de Castellon		04/06/2026	doppio
64	Spagna	Universidad CEU San Pablo		27/03/2014	solo italiano
65	Spagna	Universidad Carlos III de Madrid		27/11/2013	solo italiano
66	Spagna	Universidad Catolica San Antonio de Murcia		19/06/2025	solo italiano
67	Spagna	Universidad De Almeria	29569-EPP-1-2014-1-ES-EPPKA3-ECHE	05/08/2025	solo italiano
68	Spagna	Universidad De Granada	28575-EPP-1-2014-1-ES-EPPKA3-ECHE	23/07/2025	solo italiano
69	Spagna	Universidad De Granada		29/10/2025	solo italiano
70	Spagna	Universidad De Jaen	29540-EPP-1-2014-1-ES-EPPKA3-ECHE	24/10/2025	solo italiano
71	Spagna	Universi	29547-	25/08/2	solo


		dad De Las Palmas De Gran Canaria	EPP-1-2014-1-ES-EPPKA3-ECHE	025	italiano
72	Spagna	Universidad De Oviedo	29551-EPP-1-2014-1-ES-EPPKA3-ECHE	05/03/2025	solo italiano
73	Spagna	Universidad De Zaragoza	28666-EPP-1-2014-1-ES-EPPKA3-ECHE	15/01/2014	solo italiano
74	Spagna	Universidad Pompeu Fabra		06/12/2013	solo italiano
75	Spagna	Universidad Pontificia de Salamanca		24/02/2025	solo italiano
76	Spagna	Universidad Rey Juan Carlos		15/10/2024	solo italiano
77	Spagna	Universidad de Cádiz		24/12/2024	solo italiano
78	Spagna	Universidad da Coruña		02/07/2025	solo italiano
79	Spagna	Universidad de Compostela		28/10/2025	solo italiano

80	Spagna	Universitat Rovira I Virgili	28675-EPP-1-2014-1-ES-EPPKA3-ECHE	24/07/2024	solo italiano
81	Spagna	Universitat de Lleida		21/02/2025	solo italiano
82	Spagna	Universitat de València		15/01/2014	solo italiano
83	Svezia	H�gskolan Dalarna		20/06/2025	solo italiano
84	Svizzera	Hochschule Luzern - Wirtschaft (Lucerne University of Applied Sciences and Arts - School of Business)		26/04/2021	solo italiano
85	Svizzera	University of Applied Sciences Western Switzerland (HES-SO) School of Engineering and Management		27/01/2022	solo italiano

		(HEIG-VD)			
86	Svizzera	ZHAW Zurcher Hochschule fur Angewandte Wissenschaften		16/02/2022	solo italiano
87	Taiwan	Feng Chia University, College of Business		03/02/2025	solo italiano
88	Turchia	Altinbas Universitesi		27/01/2025	solo italiano
89	Turchia	Istanbul Gelisim Universitesi		25/11/2025	solo italiano
90	Turchia	Istanbul NiÅanta ÅÄ± Universitesi		24/03/2025	solo italiano
91	Turchia	Istanbul University		05/05/2025	solo italiano
92	Ungheria	Eotvos Lorand University (ELTE) - EOTVOS LORAND TUDOM ANYEGY ETEM		10/10/2024	solo italiano

Accompagnamento al lavoro Link inserito:

<http://www.economia.unimore.it/it/servizi/stage-placement/opportunita-di-lavoro-post-laurea>

Pdf inserito: 

Eventuali altre iniziative

Pdf inserito: 


Opinioni studenti

Dalla lettura dei dati relativi agli anni accademici 2022/23, 2023/24 e 2024/25, 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 77% in media di giudizi positivi espressi dagli studenti ('Più SI che NO' + 'Decisamente SI'), rispetto al totale delle risposte) registrando un incremento di 2 punti nell'aa 2024-25 (pari all'80%), rispetto all'anno precedente (pari al 78%).

Nello specifico, nell'aa 2024-25 le percentuali di soddisfazione di diversi indicatori sono decisamente elevate mantenendosi pari o al di sopra dell'80%, come si verifica per gli indicatori relativi al carico di studio, al materiale didattico, alla chiarezza nella definizione delle modalità d'esame, agli orari di svolgimento delle lezioni, alla capacità del docente di esporre gli argomenti in modo chiaro (in crescita rispetto all'aa precedente dal 77,5% all'80,2%), all'utilità delle attività didattiche integrative (esercitazioni, tutorati, laboratori, ecc.) per l'apprendimento della materia, alla reperibilità dei docenti del cds, all'interesse verso gli argomenti trattati nell'insegnamento, all'adeguatezza delle aule per lo svolgimento delle lezioni e dei locali e delle attrezzature per le attività integrative, all'adeguatezza del carico di studio complessivo degli insegnamenti previsti nel periodo di riferimento, arrivando al 90% con riferimento all'indicatore relativo alla reperibilità dei docenti del cds per chiarimenti e spiegazioni.

Il livello di soddisfazione relativo ai restanti indicatori si mantiene comunque elevato, e di poco inferiore all'80%. Ad eccezione della percentuale relativa all'adeguatezza delle conoscenze preliminari (pari al 74%), le percentuali degli altri indicatori si posizionano solo di 1 punto al di sotto dell'80%, come la capacità del docente di stimolare e motivare l'interesse verso la disciplina (pari al 79%, in crescita di un punto rispetto all'aa precedente), la coerenza dell'insegnamento svolto rispetto a quanto dichiarato sul sito del cds (79%), l'adeguatezza dell'organizzazione complessiva (in termini di orario, esami intermedi e finali) degli insegnamenti previsti nel periodo di riferimento (pari al 79%).

Pdf inserito: 

L'analisi relativa al livello di soddisfazione dei laureati si basa sui dati dell'indagine Almalaurea 2025, relativi al quadriennio 2020-24.

L'indagine del 2024 fa riferimento a 161 intervistati dei 189 laureati nel 2024, pari all'85% (media degli ultimi 3 anni pari al 84%).

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 nel 2024 una percentuale del 89% degli intervistati, di un punto inferiore rispetto all'anno precedente e in linea con la media degli ultimi 3 anni. Il dato è inferiore di tre punti rispetto al dato nazionale della medesima classe di laurea e di due punti rispetto al dato dell'area geografica di riferimento (rispettivamente, 92% e 91% degli intervistati nel 2024).

Si segnala che la percentuale dei rispondenti che si dichiara decisamente soddisfatta è in crescita, passando dal 18% del 2022 al 32% del 2024, risultando superiore alla media degli ultimi 3 anni, pari al 26%. Tale dato risulta essere invece inferiore rispetto al dato nazionale e al dato dell'area geografica di riferimento (rispettivamente pari al 40% e al 38% nel 2024).

Così come è elevata la percentuale degli intervistati che dichiara che si iscriverebbe di nuovo allo stesso CdS, pari al 63% in linea con l'anno precedente e in crescita rispetto al 2022 (pari al 58%), e alla media degli ultimi 3 anni (pari al 61%). Il dato tuttavia risulta inferiore rispetto al dato nazionale (pari al 72%) e al dato dell'area di riferimento (71%).

La percentuale di intervistati che dichiara di aver regolarmente frequentato più del 75% degli insegnamenti del corso è in calo, passando dal 62% nel 2022, 56% nel 2023, al 50% nel 2024, dato inferiore alla media degli ultimi 3 anni (pari al 56%) e al dato nazionale (pari al 56%) e a quello dell'area geografica di riferimento (pari al 57%), anche questi dati in calo. Si ricorda che a partire dal 2022 la didattica si svolge completamente in presenza, mantenendo la possibilità di usufruire delle lezioni registrate di tipo volontario.

Si segnala inoltre che il 30% degli intervistati dichiara di aver lavorato con continuità a tempo pieno (6%) o parziale (23%) durante il periodo delle lezioni, dato in linea rispetto alla media degli ultimi 3 anni (pari rispettivamente al 5% e 23%).

Il 90% considera il carico di studio degli insegnamenti adeguato alla durata del CDS, dato in crescita di tre punti rispetto all'anno precedente (e superiore di un punto rispetto alla media degli ultimi 3 anni, pari all'89%); il dato è superiore di un punto rispetto al dato nazionale della medesima CL e al dato dell'area geografica di riferimento (pari all'89% in entrambi i contesti).

L'83% degli intervistati valuta positivamente il rapporto con i docenti, dato in crescita rispetto all'anno precedente (pari al 79%), superiore di due punti rispetto alla media degli ultimi 3 anni (pari all'81%), ma inferiore rispetto al dato nazionale (pari all'86%) e all'area di riferimento (87%).

Così come è elevata la percentuale degli intervistati (pari all'89%) che ha giudicato il materiale didattico degli insegnamenti adeguato, sebbene in calo di 4 punti rispetto all'anno precedente e di tre punti rispetto alla media degli ultimi 3 anni (pari al 92%).

L'organizzazione degli esami è valutata positivamente dall'86% dei rispondenti, in aumento di tre punti rispetto al dato dell'anno precedente (pari all'83%), e in crescita di due punti rispetto alla media degli ultimi 3 anni (pari all'84%), superiore di due punti rispetto al dato nazionale (pari all'84%) e in linea con il dato dell'area di riferimento (86%).

Il 79% dei rispondenti riconosce di aver ottenuto risultati agli esami in linea con l'effettiva preparazione, in crescita di 3 punti rispetto all'anno precedente (pari al 76%), e in linea rispetto alla media degli ultimi 3 anni. Il 94% dei rispondenti giudica adeguata la supervisione della prova finale, in aumento rispetto al dato dell'anno precedente (pari al 90%) e alla media degli ultimi 3 anni (pari all'89%).

La percentuale di studenti che ha svolto un periodo di studi all'estero durante la carriera universitaria è pari al 32%, in calo di due punti rispetto all'anno precedente (pari al 34%) ma superiore di due punti rispetto alla media dell'ultimo triennio (pari al 30%), e decisamente superiore rispetto alla media nazionale (13%) e all'area geografica di riferimento (14%).

Quasi tutti questi studenti (90%) hanno usufruito del programma Erasmus e il 98% giudica tale esperienza in modo positivo.

Anche l'esperienza del tirocinio, svolta dal 78% degli intervistati (dato in crescita rispetto all'anno precedente, pari al 72% e più alto rispetto al dato nazionale, pari al 56%, e al dato relativo all'area geografica di riferimento, pari al 66%), è giudicata positivamente dal 99% di quelli che ne hanno usufruito (dato più elevato di due punti rispetto all'anno precedente, e di un punto rispetto alla media degli ultimi 3 anni, pari al 98% dei rispondenti).

Il giudizio relativo all'adeguatezza delle aule è positivo per la maggioranza degli intervistati, pari all'81%, in linea con la media dell'ultimo triennio, pari all'82%.

Il 69% degli intervistati ritiene che le postazioni informatiche a disposizione siano presenti in numero adeguato, significativamente in crescita rispetto all'anno precedente (pari al 52%) e alla media degli ultimi 3 anni (58%). Il dato è più alto di quattro punti rispetto al dato nazionale (65%) e di un punto inferiore rispetto all'area di riferimento (70%).

Il 68% degli intervistati ritiene che gli spazi dedicati allo studio individuale siano presenti in numero inadeguato, dato in riduzione rispetto all'anno precedente (pari al 71%) ma elevato rispetto alla media degli ultimi 3 anni (63%). Il dato è decisamente elevato nel confronto con la media nazionale (33%) e con l'area geografica di riferimento (31%). Il dato risente della chiusura della biblioteca riaperta nel settembre del 2024.

Infine, l'80% dei laureati intervistati manifesta l'intenzione di voler proseguire gli studi, dato in crescita di 3 punti rispetto all'anno precedente (pari al 77%), e di un punto rispetto alla media degli ultimi 3 anni (79%). Il dato risulta inferiore di due punti rispetto al dato nazionale

(82%) e superiore di due punti rispetto all'area geografica di riferimento (78%).

Dati di ingresso, di percorso e di uscita

Nell'aa 2024-25, la percentuale di iscritti al primo anno provenienti da altre regioni è pari al 18,3%, in calo rispetto all'anno precedente (pari al 21,1%) e di circa 3 punti più basso rispetto al dato medio dell'ultimo triennio (pari a 21,1%). Il dato risulta più basso rispetto al dato nazionale (pari al 23,6), e significativamente più basso rispetto al dato della medesima CL dell'area geografica di riferimento (32,3%, dato in calo rispetto alla media degli ultimi tre anni).

Dati di percorso: l'analisi si riferisce all'aa 2023/24, in cui si registra un tasso di abbandono del 14,5% in calo rispetto all'anno precedente (pari al 16,8%) e inferiore di 1,4 punti rispetto alla media degli ultimi 3 anni (pari al 15,9%). Il tasso è inoltre significativamente più basso rispetto al dato relativo all'area geografica di riferimento (25,4%) e al dato nazionale (34,1%).

La percentuale di studenti che prosegue al II anno nello stesso corso di studio è pari all'89,8% degli immatricolati nel 2023-24, dato in crescita rispetto all'anno precedente (87,3%), e superiore rispetto alla media degli ultimi 3 anni (88,9%). Il dato è inoltre superiore sia al dato nazionale (pari al 77,5%) che al dato relativo all'area geografica di riferimento (82,2%).

In termini di velocità di attraversamento del corso di studio, per la coorte 2023/24 il numero di CFU medi conseguiti nel primo anno di corso è stato pari a 44 su 60 (73,1%), in linea rispetto all'anno precedente e leggermente in calo rispetto alla media degli ultimi 3 anni (45/60, 75,2%). La % di CFU conseguiti è tuttavia superiore rispetto al dato nazionale della medesima CL (35/60 CFU, pari al 58,7%) e al dato relativo all'area geografica di riferimento (40/60 CFU, pari al 66,6%).

La percentuale di studenti iscritti che prosegue al II anno nello stesso cds, avendo acquisito almeno 40 CFU al 1° anno, nell'aa 2023/24 è pari al 65,4% degli immatricolati, in calo rispetto al dato dell'aa precedente (69,8%) e di quasi 3 punti inferiore rispetto media degli ultimi 3 anni (pari al 68,2%). Il dato è significativamente più alto sia rispetto al dato nazionale della medesima CL (49,3%), che al dato dell'area geografica di riferimento (56,8%).

La percentuale di studenti iscritti entro la durata normale del CdS che hanno acquisito almeno 40 CFU è pari al 71%, dato in calo rispetto all'anno precedente (pari al 74,5%), e di un punto inferiore alla media

degli ultimi 3 anni, ma superiore rispetto al dato nazionale della medesima CL (57,4%) e dell'area geografica di riferimento (62,5%), questi ultimi dati in leggera crescita rispetto all'anno precedente.

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 2024-25 è pari al 32,7%, dato in calo rispetto all'anno precedente (pari a 38,7%) e in linea rispetto alla media degli ultimi 3 anni (pari a 32,4%). Il dato è però superiore rispetto sia al dato nazionale (20%) della medesima CL che all'area geografica di riferimento (18,6%).

Dati di uscita: La percentuale di immatricolati che nell'aa 2023-24 si sono laureati nel CdS entro la durata normale del corso è pari a 70,6% dato in crescita rispetto all'anno precedente (pari al 66,3%) e superiore alla media degli ultimi tre anni (67,8%). Il dato è significativamente superiore sia al dato dell'area geografica di riferimento (50,5%), che a quello del dato nazionale (42%) della medesima CL

La percentuale di laureati in corso nell'aa 2024/25 si attesta al 77,8%, dato in crescita di 5 punti rispetto all'aa precedente (pari 72,8%) e in linea rispetto alla media degli ultimi 3 anni (77,3%). Il dato risulta più elevato sia rispetto all'area geografica di riferimento (71,7%), che rispetto al dato nazionale (64,5%) della medesima CL.

Gli studenti fuori corso, che si laureano dopo un anno dalla durata normale del corso, sono pari al 76,2% nell'aa 2023/24, leggermente in calo rispetto all'aa precedente (77,7%) e di un punto inferiore rispetto alla media degli ultimi 3 anni (77,2%). Il dato è più alto sia rispetto all'area geografica di riferimento (60%) che al dato nazionale (49,6%) della medesima CL.

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

Si analizzano i dati della rilevazione delle opinioni di enti e imprese che hanno ospitato tirocini nel periodo 01.01.2024 - 31.12.2024 (documento redatto dall'Ufficio Stage del Dipartimento di Economia Marco Biagi).

Su 152 tutor aziendali che hanno compilato il questionario, 134 hanno risposto per quanto riguarda la posizione aziendale del tutor. Di questi, il 22% è costituito da imprenditori, il 15% da dirigenti, il 16% dai responsabili delle risorse umane, il 35% da soggetti con altre qualifiche.

Il 96% dei rispondenti (142 su 148 rispondenti) giudica le competenze di base del tirocinante adeguate alle necessità aziendali, con una netta prevalenza di chi ha risposto decisamente sì (pari al 73% dei rispondenti). Quasi tutti i tutor aziendali che hanno risposto al questionario (149 su 152) ritengono che i tirocinanti abbiano svolto con impegno l'attività in

azienda (146 su 149), con una netta prevalenza di chi ha risposto decisamente Sì (pari al 92% dei rispondenti).

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 lavorare in gruppo, capacità di adattamento a nuove situazioni, capacità di lavorare per obiettivi.

Quasi tutti i rispondenti (150 rispondenti su 152 intervistati) dichiarano che sono stati raggiunti gli obiettivi formativi del tirocinio (148 rispondenti), di cui l'87% risponde decisamente sì.

Ad eccezione di 3 rispondenti, l'attività del tirocinante è stata giudicata complessivamente soddisfacente dai rispondenti (150 rispondenti su 152 intervistati), con il 91% che dichiara di essere del tutto soddisfatto. Tuttavia, nonostante gli ottimi giudizi sul tirocinio, solo il 20% dei rispondenti (30 su 147 rispondenti) dichiara di aver fatto un'offerta di lavoro al tirocinante a seguito del tirocinio.

Nei 30 casi di offerte di lavoro, il tipo di collaborazione attivato ha riguardato la tipologia del contratto di dipendente a tempo determinato in 8 casi; contratto di lavoro autonomo senza vincoli di subordinazione in 6 casi; collaborazione occasionale e contratto di apprendistato rispettivamente in 3 casi; altre tipologie di contratto in 9 casi.

Infine, ad eccezione di un rispondente (dei 149 su 152 intervistati), tutti i tutor aziendali hanno mostrato soddisfazione per come l'Università ha gestito il servizio di tirocinio, con il 79% che ha risposto decisamente sì.

Pdf inserito:

[Opinioni enti e imprese con accordi di stage / tirocinio curriculare o extra-curriculare](#) 

Struttura organizzativa e responsabilità a livello di Ateneo

Organizzazione e responsabilità della AQ a livello del Corso di Studio

Riesame annuale