

Presentazione

Informazioni generali



Università	Università degli Studi di MACERATA
Nome del corso in italiano	Management e Marketing Internazionale (IdSua:1627449)
Nome del corso in inglese	Management and International Marketing
Classe	LM-77 - Scienze economico-aziendali
Lingua in cui si tiene il corso	italiano, inglese
Modalità di erogazione	a. Corso di studio convenzionale

Ulteriori informazioni generali

URL del corso	https://corsi.unimc.it/it/management-marketing-internazionale
Riepilogo Caratteristiche Cds	1° anno in SUA: 2013

Programmazione Accessi

Programmazione nazionale (art.1 Legge 264/1999)	No
Programmazione locale (art.2 Legge 264/1999)	No

Sede del Corso

Sede	MACERATA piazza Strambi 1 62100 (Cod.043023)
Codice interno all'Ateneo del Corso	M36R
Utenza sostenibile	40

Scheda SUA - Date creazione e aggiornamenti

Data di istituzione del corso	Da determinare
Data Ultimo aggiornamento Scheda SUA	09/05/2026 10:31

Referenti e Strutture

Referenti e Strutture

Presidente (o Referente o Coordinatore) del CdS

SCOPPOLA Margherita

Organo Collegiale di gestione del corso di studio

Consiglio unificato dei corsi di studio delle classi LM-77 (Scienze economico-aziendali) e LM-16 (Finanza)

Struttura didattica di riferimento

Economia e diritto (Dipartimento Legge 240) - ID: 14651

Requisiti di Docenza e Docenti di riferimento

DOCENTI DI RIFERIMENTO

N.	CF	COGNOME	NOME	SETTORE	GSD	QUALIFICA	PESO	INS. ASSOCIATO
1.	BRCLCU64 H20A271F	BARCHIESI	Luca	GIUR-01/A	12/GIUR-01	PO - Professore Ordinario	1	
2.	BRTFNC73 H49E783A	BARTOLAC CI	Francesca	ECON-06/A	13/ECON- 06	PO - Professore Ordinario (L. 240/10)	1	
3.	RCCMRI71 L60E958R	RICCI	Miria	GIUR-02/A	12/GIUR-02	RU - Ricercatore confermato	1	
4.	SCPMGH6 2H70H037 R	SCOPPOL A	Margherita	ECON-02/A	13/ECON- 02	PO - Professore Ordinario (L. 240/10)	1	
5.	SLVPRZ72 D54A271D	SILVESTR ELLI	Patrizia	ECON-07/A	13/ECON- 07	PA - Professore Associato (L. 240/10)	1	
6.	ZNTLRT66 S15F999J	ZANUTTO	Alberto	ECON-08/A	13/ECON- 08	PA - Professore Associato (L. 240/10)	1	



Tutti i requisiti docenti soddisfatti per il corso

Figure specialistiche aggiuntive

COGNOME	NOME	QUALIFICA	ANNO INIZIO COLLABORAZIONE
Figure specialistiche del settore non indicati			

Tutor

Nessuna Tipologia

COGNOME	NOME	EMAIL	TIPO DOC./TIR.
BARTOLACCI	Francesca		Docente di ruolo
FRADEANI	Andrea		Docente di ruolo
RAMAZZOTTI	Paolo		Docente di ruolo
RICCI	Miria		Docente di ruolo

Gruppo di gestione AQ

COGNOME	NOME
Del Gobbo	Roberto
Mogianesi	Francesca
Panebianco	Chantal
Ricci	Miria
Scoppola	Margherita
Silvestrelli	Patrizia
Spadoncelli	Ludovica

Rappresentanti degli Studenti

Rappresentanti degli studenti non indicati

Documentazione

Il Corso di Studio in breve

Il corso ha l'obiettivo di far acquisire agli studenti le conoscenze, le abilità e la visione d'insieme necessari per operare con ruoli manageriali all'interno di aziende (anche attive nei mercati internazionali), accedere alla professione di dottore commercialista, lavorare in società di consulenza, intraprendere l'attività d'impresa e, più in generale, orientarli nello sviluppo progressivo di capacità di problem-solving in contesti economici dinamici e mutevoli. Il progetto formativo del corso di laurea magistrale prevede specifici insegnamenti, volti a sviluppare solide competenze strategiche, amministrativo-contabili, gestionali, di finanza e di marketing, affiancati da corsi idonei a sviluppare conoscenze e capacità applicative in tema di analisi economica, analisi dei dati, cyber security, sostenibilità, diritto societario e della crisi d'impresa, diritto tributario, diritto industriale e diritto dei contratti (con particolare attenzione agli sviluppi digitali e internazionali). In particolare, il percorso formativo vuole formare due profili di laureati. Nel primo si offre un percorso di apprendimento pensato per chi si prepara ad assumere ruoli direttivi in impresa o voglia accedere alla professione di dottore commercialista e, più in generale, svolgere consulenza in ambito aziendale. Per questo profilo di laureato le competenze amministrativo-contabili e gestionali (strategie aziendali, principi contabili internazionali, finanza aziendale, aggregazioni aziendali e bilancio consolidato, operazioni straordinarie, ecc.) saranno integrate da insegnamenti di area giuridica (diritto societario, diritto della crisi d'impresa nonché reddito d'impresa e pianificazione fiscale internazionale) e da conoscenze negli ambiti del digitale e della sostenibilità. Coloro che decidono di intraprendere la libera professione hanno la possibilità di usufruire della convenzione che il Dipartimento di Economia e Diritto ha stipulato con gli Ordini dei Dottori Commercialisti ed Esperti Contabili di Macerata e Camerino, di Fermo e di Ascoli Piceno (in esecuzione della Convenzione Quadro tra MIUR e CNDCEC del 2014); tale convenzione consente agli studenti del Corso di laurea magistrale della LM-77 di: svolgere il tirocinio professionale in concomitanza con l'ultimo anno del corso di studio (sei mesi); di essere esonerati dalla prima prova scritta dell'Esame di Stato per Dottore Commercialista o Esperto Contabile, seguendo un piano di studi che rispetti alcuni requisiti minimi in termini di cfu in specifici SSD (come specificato nella Convenzione). Il secondo percorso formativo nasce dalla consapevolezza che la pressione competitiva e la diffusione delle tecnologie digitali hanno accresciuto sensibilmente l'importanza del marketing all'interno delle imprese, sia in un contesto locale che internazionale, e ne hanno ampliato le aree di competenza. In linea con tale evoluzione, il secondo profilo di laureato è ascrivibile a quello di un professionista, export manager o dirigente con competenze multidisciplinari, digitali e internazionali. Il laureato sarà in grado di comprendere le dinamiche macroeconomiche, gestire le attività e le relazioni nella supply chain e sviluppare strategie di marketing internazionale. Il progetto formativo è finalizzato altresì all'acquisizione di competenze sull'analisi big data, cyber security e block chain, nonché allo sviluppo di conoscenze giuridiche relative alla contrattualistica internazionale e al diritto industriale. <https://corsi.unimc.it/it/management-marketing-internazionale>

Progettazione del CdS

Relazione Nucleo di Valutazione per accreditamento

Il Nucleo di Valutazione, sulla scorta delle informazioni inserite nella sezione QUALITÀ – Quadro B4 – Infrastrutture (aule, laboratori, sale studio, biblioteche) e Quadro B5 – Servizi di Contesto, attesta che il Corso dispone delle strutture nella misura necessaria per il suo corretto funzionamento.

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)



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

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

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

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

- sviluppare la dimensione internazionale del corso di laurea magistrale, dal punto di vista sia dei temi trattati all'interno degli insegnamenti, sia dell'utilizzo della lingua inglese;
- inserire insegnamenti che forniscano conoscenze di 'policy evaluation', finalizzate alla pianificazione e implementazione delle strategie di sviluppo territoriale e internazionale;
- creare opportunità per gli studenti di svolgere esperienze all'estero mediante programmi finalizzati ad acquisire non solo conoscenze tecniche, ma anche capacità relazionali in un contesto sempre più internazionalizzato;
- inserire insegnamenti che forniscano la conoscenza degli strumenti di finanza agevolata e le competenze per comprendere le procedure relative ai

bandi europei;

- incrementare il peso delle tematiche digitali, dell'economia sostenibile e dell'innovazione;
- istituire attività laboratoriali, finalizzate a sviluppare gli aspetti 'pratici' del management e fornire agli studenti istruzioni e competenze tecniche.

Pdf inserito: [Velbale completo incontro 04122013 \(2\).pdf](#) 

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

Il Corso di Studio (CdS) in Management e Marketing Internazionale (MMI) ha consolidato un sistema strutturato di consultazione degli stakeholder, che deriva dall'esperienza acquisita nell'ambito del precedente CdS in Consulenza e Direzione Aziendale (CDA), con lo scopo di assicurare una raccolta sistematica di indicazioni e proposte provenienti dal mondo economico per confermare e/o modificare il percorso formativo. Infatti, periodicamente vengono esaminati i profili professionali dei possibili contesti lavorativi di riferimento del CdS. A tal fine vengono utilizzate le seguenti modalità:

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

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

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

Nel Consiglio Unificato dei Corsi Studio (CUCS) (LM-77 e LM-16) del 6 giugno 2023, sono stati identificati i nuovi componenti del CIP, che comprende sia alcuni docenti interni al Dipartimento sia esponenti del mondo professionale, finanziario, industriale e commerciale. L'intento è di aggiornare costantemente la composizione del Comitato in modo che questo possa riflettere le conoscenze disciplinari più avanzate, anche in relazione ai cicli di studio successivi, compresi Corsi di Specializzazione e Dottorati di Ricerca.

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

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

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

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

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

Alla luce delle indicazioni acquisite nell'ambito delle consultazioni sopra indicate, il CdS era risultato complessivamente coerente con le esigenze del sistema socio-economico e adeguatamente strutturato al proprio interno. Tuttavia, i suggerimenti del CIP hanno stimolato una riflessione su una possibile rivisitazione degli obiettivi formativi e dei contenuti, perseguendo un duplice fine: 1) fornire un adeguato percorso formativo a livello magistrale per gli studenti che si laureano nei CdS triennali offerti dal Dipartimento di Economia e Diritto; 2) rendere il CdS sempre più rispondente alle nuove esigenze formative espresse dal mercato del lavoro.

È stata pertanto implementata una modifica dell'ordinamento e l'impianto del CdS è stato revisionato almeno da due punti di vista:

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

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

In occasione della consultazione successiva con il CIP, avvenuta il 20 ottobre 2021, è stato presentato il piano di studi del CdS – denominato Management e Marketing Internazionale (MMI) – aggiornato e rivisto sulla base delle osservazioni emerse nel precedente incontro. Dal confronto con le parti sociali emerge un riscontro positivo sulla coerenza dei due curricula – Management e Consulenza Aziendale (MCA) e Marketing e Mercati Globali (MMG) – con i profili culturali e professionali in uscita, che sono quelli di esperto in management e consulenza aziendale e di esperto in export management e marketing.

Le parti sociali hanno evidenziato che il percorso formativo è rispondente alle attuali esigenze del mercato del lavoro e gli insegnamenti proposti (alcuni svolti interamente in lingua inglese) risultano molto utili per formare futuri manager che intendono svolgere attività dirigenziali nelle imprese manifatturiere, commerciali e di servizi, anche a livello internazionale.

Sulla base delle indicazioni ricevute dalle parti sociali e in relazione alle attuali caratteristiche del mercato del lavoro, l'offerta didattica offerta nel CdS MMI risulta congruente con le esigenze di professionalità richieste; ciò viene confermato anche dai dati emersi nel più recente rapporto "Previsione dei fabbisogni occupazionali e professionali in Italia a medio termine", redatto da Unioncamere in collaborazione con l'ANPAL (Agenzia Nazionale Politiche

Attive del Lavoro). Il documento è ritenuto, anche nelle precedenti consultazioni, di particolare rilevanza e utilità, poiché formula previsioni relative al fabbisogno di occupati nel quinquennio dettagliate per settore, tipologia di occupazione, professioni e principali corsi di studio; per questo di anno in anno vengono consultate ed esaminate le più recenti versioni.

Nell'analisi del quinquennio 2023-2027 si conferma la presenza di una discrepanza tra domanda ed offerta, secondo cui l'offerta di laureati risulta insufficiente a coprire le necessità del sistema economico. Il fabbisogno complessivo si attesta intorno ai 3 milioni e 800 mila unità, di cui 879 mila lavoratori indipendenti, 2 milioni e 181 mila lavoratori dipendenti privati e 737 mila dipendenti pubblici. L'incremento previsto dello stock occupazionale è di oltre 1 milione di occupati, di cui 805 mila unità nei settori privati, 206 mila lavoratori autonomi e 62 mila unità i dipendenti pubblici. Per quanto riguarda l'industria, questa esprime una domanda di lavoratori intorno ai 160 mila, mentre i servizi più di 900 mila unità. È considerevole il fabbisogno di specialisti in scienze sociali (come gli esperti in economia e gestione aziendale), con un tasso di crescita del 3,6%. In particolare, il fabbisogno di specialisti delle scienze gestionali, commerciali e bancarie supererà le 100 mila unità nei 5 anni, con un tasso superiore alla media delle altre professioni (https://excelsior.unioncamere.net/sites/default/files/publicazioni/2023/report_previsivo_2023-27_0.pdf).

Il Rapporto evidenzia infine tre tendenze caratterizzanti il contesto economico: a) accentuazione delle caratteristiche tecnologiche dell'occupazione e incremento dell'utilizzo delle tecnologie digitali; b) crescita dei settori economico-produttivi del Made in Italy; c) attenzione alla transizione ecologica e alla sostenibilità.

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

Per effettuare un adeguato controllo dell'andamento del CdS e vista l'importanza di un confronto continuo con le parti sociali, il Presidente del CUCS ha indetto una nuova consultazione il 10.07.2023, in occasione della quale sono stati illustrati i dati relativi all'andamento del I anno del CdS e accolto nuovi suggerimenti da parte degli stakeholder, relativamente ai temi da sviluppare maggiormente nell'ambito del percorso formativo (come gli aspetti tecnici del commercio internazionale, la gestione delle negoziazioni con operatori provenienti da paesi/culture diverse e le discipline di natura umanistica e sociale). In particolare, è stata evidenziata l'importanza che lo studente acquisisca non solo conoscenze tecnico-specialistiche, ma anche competenze trasversali legate allo sviluppo delle soft skill.

Il Consiglio di Classe ha accolto i suggerimenti, andando ad organizzare seminari ed eventi sugli aspetti tecnici del commercio internazionale, sulla gestione delle attività con operatori provenienti da paesi/culture diverse, su temi di natura umanistica e sociale. Nell'ambito delle attività svolte nel Dipartimento di Economia e Diritto, il progetto "Vivi 5 giorni da manager" si configura come un'iniziativa efficace sia ai fini dell'ampliamento e rafforzamento delle relazioni con gli stakeholder locali (con particolare riferimento alle imprese), sia ai fini del percorso formativo degli studenti, i quali, partecipando a questa attività, hanno la possibilità di sperimentare la realtà aziendale e di assistere allo svolgimento delle attività economico-aziendali. L'iniziativa si è rivelata un efficace strumento per raccogliere le istanze delle organizzazioni del territorio, nonché per fornire agli studenti alcune conoscenze preliminari e competenze professionali, che potranno essere utili quando si inseriranno nel mondo del lavoro.

Al fine di valutare l'andamento del CdS, è stata indetta una nuova consultazione con le parti sociali il 7 maggio 2024, con l'obiettivo non solo di comunicare alcune attività realizzate sulla base dei suggerimenti ricevuti nella precedente consultazione del 10/07/2023, ma anche per condividere con i componenti del CIP le criticità emerse in occasione della consultazione con la CEV/ANVUR (avvenuta in data 4 aprile 2024), tra cui la necessità di potenziare la dimensione internazionalizzazione del curriculum Marketing e Mercati Globali e favorire l'interdisciplinarietà e la multidisciplinarietà del CdS. Nella consultazione del 7 maggio 2024 è stato quindi possibile raccogliere ulteriori indicazioni finalizzate a rafforzare l'efficacia del CdS in relazione ad alcuni temi: a) potenziamento delle soft skills, fra cui l'intelligenza emotiva e la capacità di gestire i conflitti; b) sviluppo delle competenze per l'export management; c) studio dei rapporti tra istituti bancari e piccole imprese locali; d) rischi legati all'informatica; e) transizione digitale; f) conoscenze sull'intelligenza artificiale (in allegato il file del verbale).

Alla luce delle raccomandazioni ricevute nell'ambito del processo di accreditamento periodico e sulla base dei suggerimenti emersi nelle ultime consultazioni con le parti sociali, sono state adottate una serie di azioni correttive e di integrazione per incrementare la coerenza del percorso formativo con le nuove esigenze formative espresse dal mercato del lavoro. Il Consiglio di Classe ha lavorato nell'arco dell'a.a. 2024-2025 per la realizzazione di diverse iniziative, finalizzate a:

- Lo sviluppo delle soft skill, mediante l'organizzazione di seminari volti a fornire agli studenti le indicazioni su strumenti e modalità da seguire per la predisposizione e la valorizzazione del loro profilo (CV) nell'ambito lavorativo e l'introduzione di esercitazioni e project work svolte nell'ambito di alcuni insegnamenti, che consentono allo studente di potenziare la capacità di team working, l'abilità di problem solving, le competenze per presentare un progetto e la gestione del tempo.
- Potenziamento della dimensione internazionale dei due curricula, che si è attuato principalmente attraverso due interventi: 1) lo sviluppo delle attività di mobilità internazionale dedicate agli studenti del CdS sia nell'ambito UE (Erasmus +) sia nei paesi extra-UE e 2) un maggiore coinvolgimento dei visiting professor nella didattica e nelle attività integrative, attraverso l'organizzazione di seminari in lingua inglese e progetti di ricerca dedicati agli studenti.

I dati relativi alle iscrizioni al CdS e al grado di soddisfazione dei laureati sono positivi, ma la necessità di monitorare l'efficacia degli interventi effettuati e il complessivo andamento del CdS (attualmente al 1° anno del secondo ciclo dopo la modifica ordinamentale) richiedono un nuovo confronto con le parti sociali, in grado di fornire ulteriori spunti di riflessione e suggerimenti sulle iniziative da intraprendere per un continuo processo di miglioramento del CdS.

La nuova consultazione è avvenuta il 19/06/2025 (come comunicato in occasione del CUCS del 15/05/2025) e i suggerimenti forniti dalle parti sociali riguardano prevalentemente due ambiti: 1) la necessità di aggiornare il percorso formativo con l'inserimento di contenuti innovativi e in linea con l'evoluzione dei mercati e del sistema commerciale internazionale; 2) il potenziamento delle attività integrative (come seminari, project work, attività laboratoriali e visite in azienda), in collaborazione con manager e operatori economici, volti a facilitare il dialogo tra studenti, aziende locali e rappresentanti degli ordini professionali, utili agli studenti per sviluppare conoscenze e competenze, anche multidisciplinari, necessarie per un adeguato inserimento lavorativo.

Sulla base dei suggerimenti emersi nell'ultima consultazione con le parti sociali, sono state adottate una serie di azioni per incrementare la coerenza del percorso formativo con le nuove esigenze formative espresse dal mercato del lavoro. Il Consiglio di Classe ha lavorato nell'arco dell'a.a. 2025-2026 per la realizzazione di diverse iniziative, finalizzate a:

- sviluppare le soft skill, mediante la partecipazione a esercitazioni e project work svolte nell'ambito di alcuni insegnamenti, che consentono allo studente di potenziare la capacità di team working, l'abilità di problem solving, le competenze per presentare un progetto e la gestione del tempo;
- agevolare l'interazione tra studenti e imprese, grazie all'organizzazione di seminari con manager ed operatori economici, che hanno fornito agli studenti non solo la possibilità di conoscere la realtà aziendale (come ruoli manageriali, problematiche gestionali e aspetti organizzativi), ma anche importanti suggerimenti sulle competenze da sviluppare e le capacità da potenziare nell'ambito lavorativo;
- rafforzare ulteriormente la dimensione internazionale dei due curricula, perseguendo due obiettivi: 1) lo sviluppo delle attività di mobilità internazionale dedicate agli studenti del CdS sia nell'ambito UE (Erasmus +) sia nei paesi extra-UE e 2) un maggiore coinvolgimento dei visiting professor nella didattica e nelle attività integrative, attraverso l'organizzazione di seminari in lingua inglese e progetti di ricerca dedicati agli studenti.

Istituzione di più corsi nella classe



Gruppo di affinità

Gruppo: 1

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

Ordinamento didattico

Parte Testuale

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



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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Il laureato in Management e Marketing Internazionale potrà acquisire conoscenze specialistiche e capacità di comprensione su:

- le strategie aziendali e i modelli di business, anche per lo sviluppo sostenibile e internazionale dell'impresa;
- i principi e le regole sulla comunicazione economico-finanziaria e di sostenibilità;
- le tecniche per la gestione delle operazioni straordinarie;
- gli strumenti operativi per la gestione finanziaria dell'azienda;
- le strategie di marketing internazionale (studio dei mercati esteri, posizionamento e promozione prodotto);
- gli strumenti innovativi di digital e social media marketing;

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

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

Le conoscenze acquisite nel corso di laurea magistrale consentiranno di formare laureati che sappiano:

- delineare i modelli di business, formulare i piani strategici, svolgere l'analisi della fattibilità e implementare le politiche aziendali, anche nell'ottica della sostenibilità e a livello internazionale;
- applicare i principi contabili internazionali e conoscere le modalità di redazione del bilancio consolidato;
- affrontare la tematica della sostenibilità e del relativo reporting;
- utilizzare gli strumenti e le metodologie per la gestione degli aspetti finanziari;
- comprendere e affrontare le operazioni straordinarie;
- gestire le attività commerciali internazionali (export, investimenti, accordi, ecc.);
- svolgere l'analisi dei mercati esteri e delineare le strategie di marketing internazionale (posizionamento e promozione del prodotto);
- utilizzare gli strumenti di comunicazione digitale e di web marketing per le attività di commercializzazione e promozione dei prodotti nei mercati internazionali;
- gestire le problematiche relative alle attività produttive, distributive e di logistica internazionale;
- valutare le politiche di acquisto e gestire le relazioni nella supply chain internazionale;
- interpretare le dinamiche dei mercati internazionali e il loro impatto sulle strategie delle imprese;
- pianificare e implementare politiche per lo sviluppo sostenibile dei territori e delle imprese;
- applicare gli strumenti econometrici per l'analisi economica dei mercati;
- valutare le problematiche in tema di diritto societario e di crisi d'impresa;
- utilizzare le norme della contrattualistica internazionale;
- valutare le norme finalizzate alla tutela della proprietà intellettuale, specialmente nei mercati esteri;
- affrontare le problematiche tributarie legate al reddito d'impresa, anche in ottica di pianificazione fiscale internazionale;
- applicare gli strumenti di innovazione digitale per la raccolta, l'elaborazione e l'utilizzo di dati economico-finanziari;
- registrare, modificare e gestire i dati delle transazioni all'interno della blockchain;
- adottare strumenti informatici innovativi finalizzati alla protezione dei dati e delle informazioni.

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

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

I laureati nel corso di laurea magistrale in Management e Marketing Internazionale sviluppano la capacità di raccogliere ed interpretare i dati relativi all'ambiente esterno e all'ambiente interno all'impresa, nonché l'abilità di gestire, organizzare e amministrare le attività e i processi per la formulazione delle strategie di sviluppo aziendali nell'ottica della sostenibilità, a livello sia locale che internazionale. Sono altresì in grado di utilizzare opportunamente le fonti informative, impiegare le capacità d'indagine acquisite, interpretare i dati fino alla formulazione di fondati giudizi autonomi, valutare i rischi e le opportunità di problemi aziendali complessi mediante capacità di problem-solving.

Gli strumenti di verifica dell'autonomia di giudizio consistono nelle attività laboratoriali e nei lavori (come project work, esercitazioni e studio di casi aziendali) a loro assegnati nell'ambito degli insegnamenti durante il biennio. La capacità di giudizio e le abilità di analisi e gestione delle problematiche aziendali sono poi stimolate e verificate da docenti e tutor, anche mediante il lavoro finale della tesi di laurea che prevede la ricerca approfondita, l'elaborazione dei concetti e l'analisi empirica dei fenomeni economico-aziendali.

I laureati nel corso di laurea magistrale in Management e Marketing Internazionale sono in grado di comunicare informazioni, idee, problemi e soluzioni riguardanti l'impresa ad interlocutori (specialisti e non specialisti) interni ed esterni all'impresa, in particolare gli stakeholder di riferimento. Nella maggior parte degli insegnamenti caratterizzanti, gli studenti sono incoraggiati a sviluppare capacità comunicative attraverso lavori e presentazioni di gruppo, finalizzati a apprendere ed utilizzare opportunamente il linguaggio tecnico aziendale ed esporre le argomentazioni in modo chiaro ed esaustivo.

Tali abilità derivano dall'impegno richiesto durante il corso di laurea magistrale, nella triplice prospettiva:

- dell'apprendimento disciplinare;
- dell'inquadramento dei problemi in un contesto di collegamenti interdisciplinari;
- della rigorosa spiegazione di situazioni, concetti e risultati.

Gli strumenti di verifica delle abilità comunicative non possono che essere l'ascolto e la guida dello studente prima ma anche in sede di esame, nonché nel periodo di elaborazione della tesi finale.

I laureati nel corso di laurea magistrale in Management e Marketing Internazionale sono dotati di un bagaglio ampio di conoscenze: nell'ambito della laurea triennale hanno acquisito e consolidato le teorie e gli strumenti metodologici di base, mentre nel percorso di laurea magistrale hanno avuto modo di studiare argomenti caratterizzati da un elevato livello di specializzazione con un forte orientamento teorico e applicativo.

Le capacità di apprendimento degli studenti sono pertanto oggetto di stimolo lungo l'intero periodo degli studi, con lo scopo di sviluppare la 'curiosità' che, a sua volta, dovrebbe generare una continua voglia di apprendimento (indispensabile soprattutto dopo l'ingresso nel mondo del lavoro o della ricerca scientifica).

Tra gli strumenti di verifica della capacità di apprendimento, risulta importante la stesura della tesi di laurea che, per tempo e crediti maturati, rappresenta un momento decisivo di verifica della capacità di apprendimento e delle conoscenze acquisite sia per lo studente che per il docente tutor che valuta il laureando.

Profilo professionale e sbocchi occupazionali e professionali previsti per i laureati



Nome della figura professionale formata

Esperto in Management e Consulenza Aziendale

Funzione in un contesto di lavoro e competenze

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

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

COMPETENZE

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

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

Sbocchi occupazionali

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

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

Nome della figura professionale formata

Esperto in Export Management e Marketing Internazionale

Funzione in un contesto di lavoro e competenze

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

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

COMPETENZE

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

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

Sbocchi occupazionali

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

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

Il corso prepara alla professione di (codifiche ISTAT)

Codice	Professione
2.5.1.5.3	Specialisti nella commercializzazione nel settore delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione
2.5.1.4.3	Specialisti in attività finanziarie
2.5.3.1.2	Specialisti dell'economia aziendale
2.5.1.4.1	Specialisti in contabilità
2.5.1.4.2	Fiscalisti e tributaristi
2.5.1.5.2	Specialisti nella commercializzazione di beni e servizi (escluso il settore ICT)
2.5.1.2.0	Specialisti della gestione e del controllo nelle imprese private
2.5.1.5.1	Specialisti nell'acquisizione di beni e servizi
2.5.1.5.4	Analisti di mercato
2.5.3.1.1	Specialisti dei sistemi economici

Conoscenze richieste per l'accesso



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

Requisiti curriculari

Possono accedere al corso di laurea magistrale in Management e Marketing Internazionale coloro che sono in possesso di una laurea o diploma universitario di durata triennale, ovvero altro titolo di studio equipollente conseguito all'estero e riconosciuto idoneo in base alla normativa vigente appartenenti alle classi che seguono.

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

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

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

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

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

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

Preparazione personale

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

Modalità di ammissione

Il Corso di Studio (CdS) in Management e Marketing Internazionale non prevede il superamento di prove specifiche, fatta eccezione per la verifica dei requisiti preliminari.

Per l'accesso è necessario che lo studente abbia acquisito un numero minimo di Crediti Formativi Universitari (CFU) per ciascuno degli ambiti disciplinari caratterizzanti il corso di studi (aziendale, economico, matematico-statistico, giuridico), come indicato nella sezione A3.a – 'Conoscenze richieste per l'accesso'.

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

Coloro che invece non hanno i requisiti curriculari per l'accesso diretto possono chiedere la valutazione della carriera e acquisire i crediti formativi necessari tramite corsi singoli propedeutici offerti gratuitamente dall'Ateneo. Per maggiori dettagli consultare il sito dell'Università degli Studi di Macerata, nella sezione dedicata al Corso di Studio.

Link: <https://corsi.unimc.it/it/management-marketing-internazionale/come-iscriversione-e-iscrizione/accesso-corsi-laurea-magistrale>

Caratteristiche della prova finale



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

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

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

Modalità di svolgimento della prova finale

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

Il lavoro redatto dallo studente costituisce oggetto di discussione di fronte ad una Commissione di laurea costituita, di norma, da docenti del Dipartimento di Economia e Diritto, la quale valuta la qualità dell'elaborato e della discussione e procede alla determinazione del voto finale.

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

Il voto di laurea è espresso in centodecimali e si ottiene sommando alla media di presentazione all'esame di laurea, la valutazione della Commissione sul lavoro di tesi e sulla relativa discussione. La media di presentazione è la media aritmetica delle valutazioni riportate negli esami di profitto del Corso di laurea magistrale, ponderata rispetto ai relativi crediti formativi, più gli eventuali punteggi aggiuntivi riconosciuti allo studente sulla base di quanto indicato nel Regolamento esame di laurea magistrale. La valutazione sul lavoro di tesi e sulla relativa discussione è espressa con un punteggio che va da 1 a 8 punti, in base al livello qualitativo dell'elaborato e della presentazione. Agli studenti ai quali è attribuito il voto massimo (110 su 110) può essere attribuita la lode su proposta del relatore e con voto unanime della Commissione.

Le specifiche dei criteri per il calcolo della votazione di partenza, nonché del punteggio attribuito dalla Commissione, sono contenute in un apposito Regolamento esame di laurea magistrale (disponibile al link <https://economiaediritto.unimc.it/it/didattica/offerta-didattica/esame-di-laurea/Documento5.pdf>).

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

Link: <http://>

Attività caratterizzanti



Ambito Disciplinare	Settore	min	MAX	min da D.M. per l'ambito
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	42	24
Discipline Economiche	ECON-01/A Economia politica ECON-02/A Politica economica ECON-03/A Scienza delle finanze ECON-04/A Economia applicata STEC-01/B Storia economica	12	12	12
Discipline Statistiche e Matematiche	MATH-06/A Ricerca operativa STAT-01/A Statistica STAT-02/A Statistica economica STAT-04/A Metodi matematici dell'economia e delle scienze attuariali e finanziarie	6	9	6
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	6	15	6
Minimo di crediti riservati dall'ateneo (minimo da D.M. 48):		-		

Totale Attività caratterizzanti	63 - 78
---------------------------------	---------

Attività affini



Ambito Disciplinare	Settore	min	MAX	min da D.M. per l'ambito
Attività formative affini o integrative		12	15	12

Totale Attività affini	12 - 15
------------------------	---------

Descrizione sintetica delle attività affini o integrative



Le attività integrative e affini inserite sono finalizzate all'acquisizione di conoscenze e abilità coerenti con il pro-filo culturale e professionale identificato dal corso di studio.

Il numero complessivo dei CFU varia da 12 a 15 nei due curricula previsti.

Tali attività consentono di acquisire/rafforzare:

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

Altre attività



Ambito Disciplinare		min	MAX
A scelta dello studente		12	12
Per la prova finale		12	12
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	6	6
	Abilità informatiche e telematiche		
	Tirocini formativi e di orientamento	6	6
	Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro		
Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. d		-	
Per stages e tirocini presso imprese, enti pubblici o privati, ordini professionali			
Totale Altre attività		36 - 36	

Note relative alle attività di base



Note relative alle attività caratterizzanti



Note relative alle altre attività



Raggruppamento settori



Per modificare il raggruppamento dei settori

Riepilogo CFU



CFU totali per il conseguimento del titolo	120
Range CFU totali del corso	111 - 129
Massimo numero di crediti riconoscibili (D.M. n. 931/2024)	24

Offerta Didattica Programmata

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

Curriculum: Management e consulenza aziendale ▼

Codice Interno Ateneo: M36R^2026^M36-MCA/26^043023

Curriculum: Marketing e mercati globali ▼

Codice Interno Ateneo: M36R^2026^M36-MMG/26^043023

Offerta Didattica Programmata

Curriculum: Management e consulenza aziendale

Attività caratterizzanti	Settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
Discipline Aziendali	ECON-06/A Economia aziendale	54	39	39 - 42 CFU min 24
	PRINCIPI CONTABILI INTERNAZIONALI E BILANCIO DIGITALE (1 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl			
	STRATEGIE AZIENDALI E MODELLI DI BUSINESS (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl			
	SOSTENIBILITA' E REPORTING DI IMPRESA (2 anno) - 6 CFU			
	OPERAZIONI STRAORDINARIE E CREAZIONE DI VALORE (2 anno) - 9 CFU			
	AGGREGAZIONI AZIENDALI E BILANCIO CONSOLIDATO (2 anno) - 6 CFU			
	ECON-07/A Economia e gestione delle imprese			
	MARKETING METRICS (2 anno) - 9 CFU			
	ECON-09/A Finanza aziendale			
	FINANZA AZIENDALE (1 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl			
Discipline Economiche	ECON-02/A Politica economica	12	12	12 - 12 CFU min 12
	ECONOMIA DELLE ISTITUZIONI E DELLA SOSTENIBILITA' E ANALISI DELLA CONGIUNTURA ECONOMICA (1 anno) - 12 CFU - semestrale - obbl			
Discipline Statistiche e Matematiche	STAT-01/A Statistica	6	6	6 - 9 CFU min 6
	ANALISI DEI BIG DATA (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl			
Discipline Giuridiche	GIUR-02/A Diritto commerciale	21	15	6 - 15 CFU min 6
	DIRITTO SOCIETARIO (1 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl			
	DIRITTO DELLA CRISI DI IMPRESA (2 anno) - 6 CFU - obbl			
	GIUR-08/A Diritto tributario			

	REDDITO D'IMPRESA E PIANIFICAZIONE FISCALE INTERNAZIONALE (2 anno) - 6 CFU - obbl			
Minimo di crediti riservati dall'ateneo: - (minimo da D.M. 48)				
Totale Attività caratterizzanti			72	63 - 78

Attività affini	Settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
Attività formative affini o integrative	ECON-04/A Economia applicata	12	12	12 - 15 CFU min 12
	VALUTAZIONE DI IMPATTO DELLE POLITICHE PER LO SVILUPPO (2 anno) - 6 CFU			
	IINF-05/A Sistemi di elaborazione delle informazioni			
	CYBER SECURITY E BLOCKCHAIN (1 anno) - 6 CFU - semestrale			
Minimo di crediti riservati dall'ateneo: -				
Totale Attività affini			12	12 - 15

Altre attività		CFU	CFU Rad
A scelta dello studente		12	12 - 12
Per la prova finale		12	12 - 12
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	6	6 - 6
	Abilità informatiche e telematiche	-	-
	Tirocini formativi e di orientamento	6	6 - 6
	Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro	-	-
Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. d		-	
Per stages e tirocini presso imprese, enti pubblici o privati, ordini professionali		-	-
Totale Altre attività		36	36 - 36

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

Curriculum: Marketing e mercati globali

Attività caratterizzanti	Settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
Discipline Aziendali	ECON-06/A Economia aziendale	51	42	39 - 42 CFU min 24
	STRATEGIE AZIENDALI E MODELLI DI BUSINESS (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl			
	ECON-07/A Economia e gestione delle imprese			
	INTERNATIONAL MARKETING (1 anno) - 9 CFU - semestrale			
	GESTIONE DELLA SUPPLY CHAIN INTERNAZIONALE (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl			
	MARKETING METRICS (1 anno) - 6 CFU - annuale - obbl			

	DIGITAL E SOCIAL MEDIA MARKETING (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl ECON-08/A Organizzazione aziendale ORGANIZZAZIONE INTERNAZIONALE E GESTIONE DELLE RISORSE UMANE (1 anno) - 9 CFU - semestrale ECON-09/A Finanza aziendale FINANZA AZIENDALE (1 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl			
Discipline Economiche	ECON-01/A Economia politica FIRMS AND TRENDS IN GLOBAL MARKETS (1 anno) - 12 CFU - annuale ECONOMIA E POLITICA DELLO SVILUPPO INTERNAZIONALE (1 anno) - 12 CFU - semestrale	24	12	12 - 12 CFU min 12
Discipline Statistiche e Matematiche	STAT-01/A Statistica ANALISI DEI BIG DATA (1 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl	9	9	6 - 9 CFU min 6
Discipline Giuridiche	GIUR-02/A Diritto commerciale DIRITTO INDUSTRIALE (2 anno) - 6 CFU EUROPEAN COMPANY LAW (2 anno) - 6 CFU	12	6	6 - 15 CFU min 6
Minimo di crediti riservati dall'ateneo: - (minimo da D.M. 48)				
Totale Attività caratterizzanti			69	63 - 78

Attività affini	Settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
Attività formative affini o integrative	GIUR-01/A Diritto privato DIRITTO DEI CONTRATTI E DIGITALIZZAZIONE (2 anno) - 9 CFU INTERNATIONAL CONTRACT LAW (2 anno) - 9 CFU	18	15	12 - 15 CFU min 12
Minimo di crediti riservati dall'ateneo: -				
Totale Attività affini			15	12 - 15

Altre attività		CFU	CFU Rad
A scelta dello studente		12	12 - 12
Per la prova finale		12	12 - 12
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	6	6 - 6
	Abilità informatiche e telematiche	-	-
	Tirocini formativi e di orientamento	6	6 - 6
	Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro	-	-
Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. d		-	

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

CFU totali per il conseguimento del titolo	120	
CFU totali inseriti nel curriculum: <i>Marketing e mercati globali</i>	120	111 - 129

Regolamento Didattico del CdS

Pdf inserito: [All_2_Regolamento_CdS_LM77.pdf](#) 

Indicazione dei piani di studio offerti agli studenti

Pdf inserito: [All_3_piani_studio_LM77.pdf](#) 

Matrice di Tuning

Area aziendale
Conoscenza e comprensione
Il laureato potrà acquisire conoscenze e capacità sui seguenti temi: - strategie aziendali e modelli di business; - bilanci secondo i principi contabili internazionali, anche in ottica digitale; - finanza aziendale; - tecnica professionale per le operazioni straordinarie; - economia dei gruppi e bilanci consolidato; - sustainability reporting; - economia e management delle amministrazioni pubbliche; - marketing metrics; - digital e social media marketing; - gestione degli acquisti e logistica internazionale; - organizzazione internazionale e gestione delle risorse umane; - marketing internazionale.
Capacità di applicare conoscenza e comprensione
Le conoscenze acquisite in questa area di apprendimento consentiranno di formare laureati che sappiano: - pianificazione e implementazione delle strategie aziendali; - applicare i principi contabili internazionali e gli strumenti per la digitalizzazione dei bilanci; - misurare, comprendere e valutare le performance aziendali; - affrontare il sustainability reporting; - affrontare le gestioni straordinarie; - comprendere le logiche economico-aziendali dei gruppi aziendali e le procedure di costruzione del bilancio consolidato; - conoscere gli strumenti operativi per la gestione del capitale in un'ottica di creazione di valore; - conoscere gli strumenti di comunicazione e social media marketing; - gestire le problematiche relative agli acquisti e alla gestione delle catene di fornitura internazionale; - affrontare le problematiche di organizzazione delle attività e delle risorse umane nelle imprese internazionali; - pianificare e implementare la strategia di prodotto e di posizionamento nei mercati internazionali; - conoscere le problematiche distributive e commerciali nei mercati internazionali; - utilizzare gli strumenti di web e social media marketing; - trasmettere le proprie conoscenze all'interno di un gruppo di lavoro e di saperne assorbire conoscenze e problematiche nuove.
Le conoscenze e capacità sono conseguite e verificate nelle seguenti attività formative:

Anno di corso 1 - FINANZA AZIENDALE (cfu 9 - M36R - 132603685) [url](#)
 Anno di corso 1 - INTERNATIONAL MARKETING (cfu 9 - M36R - 132603672) [url](#)
 Anno di corso 1 - MARKETING METRICS (cfu 9 - M36R - 132603710) [url](#)
 Anno di corso 1 - ORGANIZZAZIONE INTERNAZIONALE E GESTIONE DELLE RISORSE UMANE (cfu 9 - M36R - 132603716) [url](#)
 Anno di corso 1 - PRINCIPI CONTABILI INTERNAZIONALI E BILANCIO DIGITALE (cfu 9 - M36R - 132603670) [url](#)
 Anno di corso 1 - STRATEGIE AZIENDALI E MODELLI DI BUSINESS (cfu 6 - M36R - 132603688) [url](#)
 Anno di corso 2 - AGGREGAZIONI AZIENDALI E BILANCIO CONSOLIDATO (cfu 6 - M36R - 132700872) [url](#)
 Anno di corso 2 - DIGITAL E SOCIAL MEDIA MARKETING (cfu 6 - M36R - 132700830) [url](#)
 Anno di corso 2 - GESTIONE DELLA SUPPLY CHAIN INTERNAZIONALE (cfu 6 - M36R - 132700845) [url](#)
 Anno di corso 2 - OPERAZIONI STRAORDINARIE E CREAZIONE DI VALORE (cfu 9 - M36R - 132700856) [url](#)
 Anno di corso 2 - SOSTENIBILITA' E REPORTING DI IMPRESA (cfu 6 - M36R - 132700853) [url](#)

Area Economica

Conoscenza e comprensione

Il laureato potrà acquisire conoscenze e capacità sui seguenti temi:

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

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

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

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

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

Anno di corso 1 - ECONOMIA DELLE ISTITUZIONI E DELLA SOSTENIBILITA' E ANALISI DELLA CONGIUNTURA ECONOMICA (cfu 12 - M36R - 132603699) [url](#)
 Anno di corso 1 - ECONOMIA E POLITICA DELLO SVILUPPO INTERNAZIONALE (cfu 12 - M36R - 132603702) [url](#)
 Anno di corso 1 - FIRMS AND TRENDS IN GLOBAL MARKETS (cfu 12 - M36R - 132603443) [url](#)
 Anno di corso 2 - VALUTAZIONE DI IMPATTO DELLE POLITICHE PER LO SVILUPPO (cfu 6 - M36R - 132700998) [url](#)

Area Giuridica

Conoscenza e comprensione

Il laureato potrà acquisire conoscenze e capacità sui seguenti temi:

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

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

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

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

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

Anno di corso 1 - DIRITTO SOCIETARIO (cfu 9 - M36R - 132603675) [url](#)
 Anno di corso 2 - DIRITTO DEI CONTRATTI E DIGITALIZZAZIONE (cfu 9 - M36R - 132700842) [url](#)
 Anno di corso 2 - DIRITTO DELLA CRISI DI IMPRESA (cfu 6 - M36R - 132700836) [url](#)
 Anno di corso 2 - DIRITTO INDUSTRIALE (cfu 6 - M36R - 132700829) [url](#)
 Anno di corso 2 - EUROPEAN COMPANY LAW (cfu 6 - M36R - 132700849) [url](#)
 Anno di corso 2 - INTERNATIONAL CONTRACT LAW (cfu 9 - M36R - 132700848) [url](#)
 Anno di corso 2 - REDDITO D'IMPRESA E PIANIFICAZIONE FISCALE INTERNAZIONALE (cfu 6 - M36R - 132700827) [url](#)

Area Statistico-matematica/Informatica

Conoscenza e comprensione

Il laureato potrà acquisire conoscenze e capacità sui seguenti temi:

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

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

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

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

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

Anno di corso 1 - ANALISI DEI BIG DATA (cfu 9 - M36R - 132603662) [url](#)

Anno di corso 2 - CYBER SECURITY E BLOCKCHAIN (cfu 6 - M36R - 132700833) [url](#)

Offerta Didattica Erogata

Offerta Didattica Erogata

N.	Sede	Coorte	CUIN	Insegnamento	Settori insegnamento	Docente	Settore docente	Ore di didattica assistita
1	043023	2026	132603691	AGGREGAZIONI AZIENDALI E BILANCIO CONSOLIDATO <i>semestrale</i>	ECON-06/A	<i>Docente di riferimento</i> Francesca BARTOLACCI <i>Professore Ordinario (L. 240/10)</i>	ECON-06/A	40
2	043023	2026	132603533	CYBER SECURITY E BLOCKCHAIN - Mod.A (modulo di CYBER SECURITY E BLOCKCHAIN) <i>semestrale</i>	IINF-05/A	Stefano CAPACCIOLI		20
3	043023	2026	132603534	CYBER SECURITY E BLOCKCHAIN - Mod.B (modulo di CYBER SECURITY E BLOCKCHAIN) <i>semestrale</i>	IINF-05/A	Stefano CAPACCIOLI		20
4	043023	2026	132603715	DIRITTO DEI CONTRATTI E DIGITALIZZAZIONE <i>semestrale</i>	GIUR-01/A	<i>Docente di riferimento</i> Luca BARCHIESI <i>Professore Ordinario</i>	GIUR-01/A	60
5	043023	2026	132603666	DIRITTO DELLA CRISI DI IMPRESA - MOD.A (modulo di DIRITTO DELLA CRISI DI IMPRESA) <i>semestrale</i>	GIUR-02/A	Riccardo FAVA		20
6	043023	2026	132603667	DIRITTO DELLA CRISI DI IMPRESA - MOD.B (modulo di DIRITTO DELLA CRISI DI IMPRESA) <i>semestrale</i>	GIUR-02/A	Riccardo FAVA		20
7	043023	2026	132603722	DIRITTO INDUSTRIALE <i>semestrale</i>	GIUR-02/A	<i>Docente di riferimento</i> Miria RICCI <i>Ricercatore confermato</i>	GIUR-02/A	40
8	043023	2026	132603676	DIRITTO SOCIETARIO - Mod.A (modulo di DIRITTO SOCIETARIO) <i>semestrale</i>	GIUR-02/A	Fabio PUCCIARELLI		40
9	043023	2026	132603677	DIRITTO SOCIETARIO - Mod.B (modulo di DIRITTO SOCIETARIO) <i>semestrale</i>	GIUR-02/A	<i>Docente di riferimento</i> Miria RICCI <i>Ricercatore confermato</i>	GIUR-02/A	20

N.	Sede	Coorte	CUIN	Insegnamento	Settori insegnamento	Docente	Settore docente	Ore di didattica assistita
10	043023	2026	132601799	ECONOMIA DEL CRIMINE E DELLA ILLEGALITA' <i>semestrale</i>	ECON-01/A	Raffaella COPPIER <i>Professore Associato (L. 240/10)</i>	ECON-01/A	40
11	043023	2026	132603719	ECONOMIA DELLA TASSAZIONE DELLE IMPRESE <i>semestrale</i>	ECON-03/A	Leo Fulvio MINERVINI <i>Ricercatore confermato</i>	ECON-03/A	40
12	043023	2026	132603709	GESTIONE DELLA SUPPLY CHAIN INTERNAZIONALE <i>semestrale</i>	ECON-07/A	Loretta BATTAGLIA		40
13	043023	2026	132603673	INTERNATIONAL MARKETING - Mod.A (modulo di INTERNATIONAL MARKETING) <i>semestrale</i>	ECON-07/A	<i>Docente di riferimento</i> Patrizia SILVESTRELLI <i>Professore Associato (L. 240/10)</i>	ECON-07/A	40
14	043023	2026	132603674	INTERNATIONAL MARKETING - Mod.B - International Fashion Marketing (modulo di INTERNATIONAL MARKETING) <i>semestrale</i>	ECON-07/A	Elena CEDROLA <i>Professore Ordinario (L. 240/10)</i>	ECON-07/A	20
15	043023	2026	132604506	INTERNATIONAL MARKETING - Mod.B - International Fashion Marketing (modulo di INTERNATIONAL MARKETING) <i>semestrale</i>	ECON-07/A	Elena CEDROLA <i>Professore Ordinario (L. 240/10)</i>	ECON-07/A	20
16	043023	2026	132603527	LABORATORIO CERTIFICAZIONI REFINITIV/LSEG <i>semestrale</i>	ECON-09/B	Anna Grazia QUARANTA <i>Professore Associato (L. 240/10)</i>	ECON-09/B	20
17	043023	2026	132603732	MANAGEMENT DELLE AMMINISTRAZIONI PUBBLICHE <i>semestrale</i>	ECON-06/A	Michela SOVERCHIA <i>Professore Associato (L. 240/10)</i>	ECON-06/A	40
18	043023	2026	132603711	MARKETING METRICS - Mod.A (modulo di MARKETING METRICS) <i>annuale</i>	ECON-07/A	Marta GIOVANNETTI <i>Ricercatore a t.d. - t.pieno (L. 79/2022)</i>	ECON-07/A	40
19	043023	2026	132603712	MARKETING METRICS - Mod.B (modulo di MARKETING METRICS) <i>annuale</i>	ECON-07/A	Elisa BALLINI		20
20	043023	2026	132603445	Mod.A (modulo di FIRMS AND TRENDS IN GLOBAL MARKETS) <i>annuale</i>	ECON-01/A	Ludovica ALMONTI		60

N.	Sede	Coorte	CUIN	Insegnamento	Settori insegnamento	Docente	Settore docente	Ore di didattica assistita
21	043023	2026	132603704	Mod.A (modulo di ECONOMIA E POLITICA DELLO SVILUPPO INTERNAZIONALE) <i>semestrale</i>	ECON-01/A	Roberto LAMPA <i>Professore Associato (L. 240/10)</i>	STEC-01/A	40
22	043023	2026	132603700	Mod.A (modulo di ECONOMIA DELLE ISTITUZIONI E DELLA SOSTENIBILITA' E ANALISI DELLA CONGIUNTURA ECONOMICA) <i>semestrale</i>	ECON-02/A	Paolo RAMAZZOTTI <i>Professore Associato confermato</i>	ECON-02/A	40
23	043023	2026	132603663	Mod.A (modulo di ANALISI DEI BIG DATA) <i>semestrale</i>	STAT-01/A	Luisa SCACCIA <i>Professore Associato (L. 240/10)</i>	STAT-01/A	40
24	043023	2026	132603703	Mod.B (modulo di ECONOMIA E POLITICA DELLO SVILUPPO INTERNAZIONALE) <i>semestrale</i>	ECON-01/A	<i>Docente di riferimento</i> Margherita SCOPPOLA <i>Professore Ordinario (L. 240/10)</i>	ECON-02/A	40
25	043023	2026	132603444	Mod.B (modulo di FIRMS AND TRENDS IN GLOBAL MARKETS) <i>annuale</i>	ECON-01/A	<i>Docente di riferimento</i> Margherita SCOPPOLA <i>Professore Ordinario (L. 240/10)</i>	ECON-02/A	20
26	043023	2026	132603701	Mod.B (modulo di ECONOMIA DELLE ISTITUZIONI E DELLA SOSTENIBILITA' E ANALISI DELLA CONGIUNTURA ECONOMICA) <i>semestrale</i>	ECON-02/A	Stefano DERIU <i>Ricercatore a t.d. - t.pieno (L. 79/2022)</i>	ECON-01/A	40
27	043023	2026	132603664	Mod.B (modulo di ANALISI DEI BIG DATA) <i>semestrale</i>	STAT-01/A	Luisa SCACCIA <i>Professore Associato (L. 240/10)</i>	STAT-01/A	20
28	043023	2026	132603726	OPERAZIONI STRAORDINARIE E CREAZIONE DI VALORE - MOD.A (modulo di OPERAZIONI STRAORDINARIE E CREAZIONE DI VALORE) <i>semestrale</i>	ECON-06/A	Andrea FRADEANI <i>Professore Associato confermato</i>	ECON-06/A	20

N.	Sede	Coorte	CUIN	Insegnamento	Settori insegnamento	Docente	Settore docente	Ore di didattica assistita
29	043023	2026	132603727	OPERAZIONI STRAORDINARIE E CREAZIONE DI VALORE - MOD.B (modulo di OPERAZIONI STRAORDINARIE E CREAZIONE DI VALORE) <i>semestrale</i>	ECON-06/A	Giuseppe RIPA		20
30	043023	2026	132603728	OPERAZIONI STRAORDINARIE E CREAZIONE DI VALORE - MOD.C (modulo di OPERAZIONI STRAORDINARIE E CREAZIONE DI VALORE) <i>semestrale</i>	ECON-06/A	Fabrizio MICOZZI		20
31	043023	2026	132603716	ORGANIZZAZIONE INTERNAZIONALE E GESTIONE DELLE RISORSE UMANE <i>semestrale</i>	ECON-08/A	<i>Docente di riferimento</i> Alberto ZANUTTO <i>Professore Associato (L. 240/10)</i>	ECON-08/A	60
32	043023	2026	132603671	PRINCIPI CONTABILI INTERNAZIONALI E BILANCIO DIGITALE <i>semestrale</i>	ECON-06/A	Andrea FRADEANI <i>Professore Associato confermato</i>	ECON-06/A	60
33	043023	2026	132603717	REDDITO D'IMPRESA E PIANIFICAZIONE FISCALE INTERNAZIONALE <i>semestrale</i>	GIUR-08/A	Giuseppe RIVETTI <i>Professore Associato confermato</i>	GIUR-08/A	40
34	043023	2026	132603756	REVISIONE AZIENDALE - Mod.A (modulo di REVISIONE AZIENDALE) <i>semestrale</i>	ECON-06/A	Giorgio GENTILI		20
35	043023	2026	132603755	REVISIONE AZIENDALE - Mod.B (modulo di REVISIONE AZIENDALE) <i>semestrale</i>	ECON-06/A	Luca TOMBOLINI		20
36	043023	2026	132603680	SOSTENIBILITA' E REPORTING DI IMPRESA - Mod.A (modulo di SOSTENIBILITA' E REPORTING DI IMPRESA) <i>semestrale</i>	ECON-06/A	<i>Docente di riferimento</i> Francesca BARTOLACCI <i>Professore Ordinario (L. 240/10)</i>	ECON-06/A	20
37	043023	2026	132603679	SOSTENIBILITA' E REPORTING DI IMPRESA - Mod.B (modulo di SOSTENIBILITA' E REPORTING DI IMPRESA) <i>semestrale</i>	ECON-06/A	Antonella PAOLINI <i>Professore Ordinario</i>	ECON-06/A	20

N.	Sede	Coorte	CUIN	Insegnamento	Settori insegnamento	Docente	Settore docente	Ore di didattica assistita
38	043023	2026	132603688	STRATEGIE AZIENDALI E MODELLI DI BUSINESS <i>semestrale</i>	ECON-06/A	Antonella PAOLINI <i>Professore Ordinario</i>	ECON-06/A	40
39	043023	2026	132603734	ULTERIORI CONOSCENZE LINGUISTICHE (BUSINESS ENGLISH) <i>semestrale</i>	ANGL-01/C	Docente non specificato		40
40	043023	2026	132604507	VALUTAZIONE DI IMPATTO DELLE POLITICHE PER LO SVILUPPO <i>semestrale</i>	ECON-04/A	Eleonora CUTRINI <i>Professore Associato (L. 240/10)</i>	ECON-04/A	40
41	043023	2026	132603668	VALUTAZIONE DI IMPATTO DELLE SCELTE IN ECONOMIA E BUSINESS <i>semestrale</i>	ECON-01/A	Eleonora CUTRINI <i>Professore Associato (L. 240/10)</i>	ECON-04/A	40

Ore totali di didattica assistita: 1360

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.	ECON-06/A	Anno di corso 1	AGGREGAZIONI AZIENDALI E BILANCIO CONSOLIDATO link	BARTOLACCI FRANCESCA	PO	6	40	
2.	STAT-01/A	Anno di corso 1	ANALISI DEI BIG DATA link			9		
3.	IINF-05/A	Anno di corso 1	CYBER SECURITY E BLOCKCHAIN link			6		
4.	IINF-05/A	Anno di corso 1	CYBER SECURITY E BLOCKCHAIN link			6		
5.	IINF-05/A	Anno di corso 1	CYBER SECURITY E BLOCKCHAIN - Mod.A (modulo di CYBER SECURITY E BLOCKCHAIN) link			3		
6.	IINF-05/A	Anno di corso 1	CYBER SECURITY E BLOCKCHAIN - Mod.A (modulo di CYBER SECURITY E BLOCKCHAIN) link	CAPACCIOLI STEFANO		3	20	

N.	Settori	Anno di corso	Insegnamento	Cognome Nome	Ruolo	Crediti	Ore	Docente di riferimento per corso
7.	IINF-05/A	Anno di corso 1	CYBER SECURITY E BLOCKCHAIN - Mod.B (modulo di CYBER SECURITY E BLOCKCHAIN) link	CAPACCIOLI STEFANO		3	20	
8.	IINF-05/A	Anno di corso 1	CYBER SECURITY E BLOCKCHAIN - Mod.B (modulo di CYBER SECURITY E BLOCKCHAIN) link			3		
9.	GIUR-05/A	Anno di corso 1	DATA PROTECTION, PRIVACY AND INTERNET LAW link			6		
10.	GIUR-05/A	Anno di corso 1	DATA PROTECTION, PRIVACY AND INTERNET LAW link			6		
11.	GIUR-01/A	Anno di corso 1	DIRITTO DEI CONTRATTI E DIGITALIZZAZIONE link	BARCHIESI LUCA	PO	9	60	✓
12.	GIUR-02/A	Anno di corso 1	DIRITTO DELLA CRISI DI IMPRESA link			6		
13.	GIUR-02/A	Anno di corso 1	DIRITTO DELLA CRISI DI IMPRESA - MOD.A (modulo di DIRITTO DELLA CRISI DI IMPRESA) link	FAVA RICCARDO		3	20	
14.	GIUR-02/A	Anno di corso 1	DIRITTO DELLA CRISI DI IMPRESA - MOD.B (modulo di DIRITTO DELLA CRISI DI IMPRESA) link	FAVA RICCARDO		3	20	
15.	GIUR-02/A	Anno di corso 1	DIRITTO INDUSTRIALE link	RICCI MIRIA	RU	6	40	✓
16.	GIUR-02/A	Anno di corso 1	DIRITTO SOCIETARIO link			9		
17.	GIUR-02/A	Anno di corso 1	DIRITTO SOCIETARIO - Mod.A (modulo di DIRITTO SOCIETARIO) link	PUCCIARELLI FABIO		6	40	
18.	GIUR-02/A	Anno di corso 1	DIRITTO SOCIETARIO - Mod.B (modulo di DIRITTO SOCIETARIO) link	RICCI MIRIA	RU	3	20	✓

N.	Settori	Anno di corso	Insegnamento	Cognome Nome	Ruolo	Crediti	Ore	Docente di riferimento per corso
19.	ECON-01/A	Anno di corso 1	ECONOMIA DEL CRIMINE E DELLA ILLEGALITA' link	COPPIER RAFFAELLA	PA	6	40	
20.	ECON-03/A	Anno di corso 1	ECONOMIA DELLA TASSAZIONE DELLE IMPRESE link	MINERVINI LEO FULVIO	RU	6	40	
21.	ECON-02/A	Anno di corso 1	ECONOMIA DELLE ISTITUZIONI E DELLA SOSTENIBILITA' E ANALISI DELLA CONGIUNTURA ECONOMICA link			12		
22.	ECON-01/A	Anno di corso 1	ECONOMIA E POLITICA DELLO SVILUPPO INTERNAZIONALE link			12		
23.	GIUR-06/A	Anno di corso 1	ENVIRONMENTAL LAW link			6		
24.	GIUR-06/A	Anno di corso 1	ENVIRONMENTAL LAW link			6		
25.	GIUR-02/A	Anno di corso 1	EUROPEAN COMPANY LAW link			6		
26.	ECON-01/A	Anno di corso 1	FIRMS AND TRENDS IN GLOBAL MARKETS link			12		
27.	ECON-07/A	Anno di corso 1	GESTIONE DELLA SUPPLY CHAIN INTERNAZIONALE link	BATTAGLIA LORETTA		6	40	
28.	ECON-07/A	Anno di corso 1	INTERNATIONAL MARKETING link			9		
29.	ECON-07/A	Anno di corso 1	INTERNATIONAL MARKETING - Mod.A (modulo di INTERNATIONAL MARKETING) link	SILVESTRELLI PATRIZIA	PA	6	40	✓
30.	ECON-07/A	Anno di corso 1	INTERNATIONAL MARKETING - Mod.B - International Fashion Marketing (modulo di INTERNATIONAL MARKETING) link	CEDROLA ELENA	PO	3	20	

N.	Settori	Anno di corso	Insegnamento	Cognome Nome	Ruolo	Crediti	Ore	Docente di riferimento per corso
31.	ECON-07/A	Anno di corso 1	INTERNATIONAL MARKETING - Mod.B - International Fashion Marketing (modulo di INTERNATIONAL MARKETING) link	CEDROLA ELENA	PO	3	20	
32.	ECON-09/B	Anno di corso 1	LABORATORIO CERTIFICAZIONI REFINITIV/LSEG link	QUARANTA ANNA GRAZIA	PA	3	20	
33.	ECON-06/A	Anno di corso 1	MANAGEMENT DELLE AMMINISTRAZIONI PUBBLICHE link	SOVERCHIA MICHELA	PA	6	40	
34.	ECON-07/A	Anno di corso 1	MARKETING METRICS link			9		
35.	ECON-07/A	Anno di corso 1	MARKETING METRICS - Mod.A (modulo di MARKETING METRICS) link	GIOVANNETTI MARTA	RD	6	40	
36.	ECON-07/A	Anno di corso 1	MARKETING METRICS - Mod.B (modulo di MARKETING METRICS) link	BALLINI ELISA		3	20	
37.	ECON-02/A	Anno di corso 1	Mod.A (modulo di ECONOMIA DELLE ISTITUZIONI E DELLA SOSTENIBILITA' E ANALISI DELLA CONGIUNTURA ECONOMICA) link	RAMAZZOTTI PAOLO	PA	6	40	
38.	ECON-01/A	Anno di corso 1	Mod.A (modulo di FIRMS AND TRENDS IN GLOBAL MARKETS) link	ALMONTI LUDOVICA		9	60	
39.	STAT-01/A	Anno di corso 1	Mod.A (modulo di ANALISI DEI BIG DATA) link	SCACCIA LUISA	PA	6	40	
40.	ECON-01/A	Anno di corso 1	Mod.A (modulo di ECONOMIA E POLITICA DELLO SVILUPPO INTERNAZIONALE) link	LAMPA ROBERTO	PA	6	40	
41.	ECON-01/A	Anno di corso 1	Mod.B (modulo di ECONOMIA E POLITICA DELLO SVILUPPO INTERNAZIONALE) link	SCOPPOLA MARGHERITA	PO	6	40	

N.	Settori	Anno di corso	Insegnamento	Cognome Nome	Ruolo	Crediti	Ore	Docente di riferimento per corso
42.	ECON-02/A	Anno di corso 1	Mod.B (modulo di ECONOMIA DELLE ISTITUZIONI E DELLA SOSTENIBILITA' E ANALISI DELLA CONGIUNTURA ECONOMICA) link	DERIU STEFANO	RD	6	40	
43.	STAT-01/A	Anno di corso 1	Mod.B (modulo di ANALISI DEI BIG DATA) link	SCACCIA LUISA	PA	3	20	
44.	ECON-01/A	Anno di corso 1	Mod.B (modulo di FIRMS AND TRENDS IN GLOBAL MARKETS) link	SCOPPOLA MARGHERITA	PO	3	20	
45.	ECON-06/A	Anno di corso 1	OPERAZIONI STRAORDINARIE E CREAZIONE DI VALORE link			9		
46.	ECON-06/A	Anno di corso 1	OPERAZIONI STRAORDINARIE E CREAZIONE DI VALORE - MOD.A (modulo di OPERAZIONI STRAORDINARIE E CREAZIONE DI VALORE) link	FRADEANI ANDREA	PA	3	20	
47.	ECON-06/A	Anno di corso 1	OPERAZIONI STRAORDINARIE E CREAZIONE DI VALORE - MOD.B (modulo di OPERAZIONI STRAORDINARIE E CREAZIONE DI VALORE) link	RIPA GIUSEPPE		3	20	
48.	ECON-06/A	Anno di corso 1	OPERAZIONI STRAORDINARIE E CREAZIONE DI VALORE - MOD.C (modulo di OPERAZIONI STRAORDINARIE E CREAZIONE DI VALORE) link	MICOZZI FABRIZIO		3	20	
49.	ECON-08/A	Anno di corso 1	ORGANIZZAZIONE INTERNAZIONALE E GESTIONE DELLE RISORSE UMANE link	ZANUTTO ALBERTO	PA	9	60	
50.	ECON-06/A	Anno di corso 1	PRINCIPI CONTABILI INTERNAZIONALI E BILANCIO DIGITALE link	FRADEANI ANDREA	PA	9	60	

N.	Settori	Anno di corso	Insegnamento	Cognome Nome	Ruolo	Crediti	Ore	Docente di riferimento per corso
51.	PROFIN_S	Anno di corso 1	PROVA FINALE link			12		
52.	GIUR-08/A	Anno di corso 1	REDDITO D'IMPRESA E PIANIFICAZIONE FISCALE INTERNAZIONALE link	RIVETTI GIUSEPPE	PA	6	40	
53.	ECON-06/A	Anno di corso 1	REVISIONE AZIENDALE link			6		
54.	ECON-06/A	Anno di corso 1	REVISIONE AZIENDALE link			6		
55.	ECON-06/A	Anno di corso 1	REVISIONE AZIENDALE - Mod.A (modulo di REVISIONE AZIENDALE) link	GENTILI GIORGIO		3	20	
56.	ECON-06/A	Anno di corso 1	REVISIONE AZIENDALE - Mod.A (modulo di REVISIONE AZIENDALE) link			3		
57.	ECON-06/A	Anno di corso 1	REVISIONE AZIENDALE - Mod.B (modulo di REVISIONE AZIENDALE) link			3		
58.	ECON-06/A	Anno di corso 1	REVISIONE AZIENDALE - Mod.B (modulo di REVISIONE AZIENDALE) link	TOMBOLINI LUCA		3	20	
59.	ECON-06/A	Anno di corso 1	SOSTENIBILITA' E REPORTING DI IMPRESA link			6		
60.	ECON-06/A	Anno di corso 1	SOSTENIBILITA' E REPORTING DI IMPRESA - Mod.A (modulo di SOSTENIBILITA' E REPORTING DI IMPRESA) link	BARTOLACCI FRANCESCA	PO	3	20	
61.	ECON-06/A	Anno di corso 1	SOSTENIBILITA' E REPORTING DI IMPRESA - Mod.B (modulo di SOSTENIBILITA' E REPORTING DI IMPRESA) link	PAOLINI ANTONELLA	PO	3	20	
62.	ECON-06/A	Anno di corso 1	STRATEGIE AZIENDALI E MODELLI DI BUSINESS link	PAOLINI ANTONELLA	PO	6	40	

N.	Settori	Anno di corso	Insegnamento	Cognome Nome	Ruolo	Crediti	Ore	Docente di riferimento per corso
63.	NN	Anno di corso 1	TIROCINIO link			6		
64.	ANGL-01/C	Anno di corso 1	ULTERIORI CONOSCENZE LINGUISTICHE (BUSINESS ENGLISH) link			6	40	
65.	ECON-04/A	Anno di corso 1	VALUTAZIONE DI IMPATTO DELLE POLITICHE PER LO SVILUPPO link	CUTRINI ELEONORA	PA	6	40	
66.	ECON-01/A	Anno di corso 1	VALUTAZIONE DI IMPATTO DELLE SCELTE IN ECONOMIA E BUSINESS link	CUTRINI ELEONORA	PA	6	40	
67.	ECON-06/A	Anno di corso 2	AGGREGAZIONI AZIENDALI E BILANCIO CONSOLIDATO link			6		
68.	ECON-06/A	Anno di corso 2	AGGREGAZIONI AZIENDALI E BILANCIO CONSOLIDATO link			6		
69.	IINF-05/A	Anno di corso 2	CYBER SECURITY E BLOCKCHAIN link			6		
70.	IINF-05/A	Anno di corso 2	CYBER SECURITY E BLOCKCHAIN - Mod.A (modulo di CYBER SECURITY E BLOCKCHAIN) link			3		
71.	IINF-05/A	Anno di corso 2	CYBER SECURITY E BLOCKCHAIN - Mod.B (modulo di CYBER SECURITY E BLOCKCHAIN) link			3		
72.	GIUR-05/A	Anno di corso 2	DATA PROTECTION, PRIVACY AND INTERNET LAW link			6		
73.	ECON-07/A	Anno di corso 2	DIGITAL E SOCIAL MEDIA MARKETING link			6		
74.	GIUR-01/A	Anno di corso 2	DIRITTO DEI CONTRATTI E DIGITALIZZAZIONE link			9		

N.	Settori	Anno di corso	Insegnamento	Cognome Nome	Ruolo	Crediti	Ore	Docente di riferimento per corso
75.	GIUR-01/A	Anno di corso 2	DIRITTO DEI CONTRATTI E DIGITALIZZAZIONE link			9		
76.	GIUR-04/A	Anno di corso 2	DIRITTO DEL LAVORO (LAVORO, SICUREZZA, PREVIDENZA) link			6		
77.	GIUR-02/A	Anno di corso 2	DIRITTO DELLA CRISI DI IMPRESA link			6		
78.	GIUR-02/A	Anno di corso 2	DIRITTO DELLA CRISI DI IMPRESA - MOD.A (modulo di DIRITTO DELLA CRISI DI IMPRESA) link			3		
79.	GIUR-02/A	Anno di corso 2	DIRITTO DELLA CRISI DI IMPRESA - MOD.B (modulo di DIRITTO DELLA CRISI DI IMPRESA) link			3		
80.	GIUR-02/A	Anno di corso 2	DIRITTO INDUSTRIALE link			6		
81.	GIUR-02/A	Anno di corso 2	DIRITTO INDUSTRIALE link			6		
82.	ECON-05/A	Anno di corso 2	ECONOMETRICS FOR IMPACT EVALUTATION link			9		
83.	ECON-01/A	Anno di corso 2	ECONOMIA DEL CRIMINE E DELLA ILLEGALITA' link			6		
84.	ECON-03/A	Anno di corso 2	ECONOMIA DELLA TASSAZIONE DELLE IMPRESE link			6		
85.	ECON-02/A	Anno di corso 2	ECONOMIA DELLE ISTITUZIONI link			6		
86.	GIUR-06/A	Anno di corso 2	ENVIRONMENTAL LAW link			6		
87.	GIUR-02/A	Anno di corso 2	EUROPEAN COMPANY LAW link			6		
88.	GSPS-02/A	Anno di corso 2	EUROPEAN UNION INSTITUTIONS AND POLICIES link			6		
89.	ECON-07/A	Anno di corso 2	GESTIONE DELLA SUPPLY CHAIN INTERNAZIONALE link			6		

N.	Settori	Anno di corso	Insegnamento	Cognome Nome	Ruolo	Crediti	Ore	Docente di riferimento per corso
90.	GIUR-01/A	Anno di corso 2	INTERNATIONAL CONTRACT LAW link			9		
91.	ECON-09/B	Anno di corso 2	INVESTMENTS ANALYSIS AND FINANCIAL RISK MANAGEMENT link			12		
92.	ECON-09/B	Anno di corso 2	LABORATORIO CERTIFICAZIONI REFINITIV/LSEG link			3		
93.	ECON-06/A	Anno di corso 2	MANAGEMENT DELLE AMMINISTRAZIONI PUBBLICHE link			6		
94.	ECON-07/A	Anno di corso 2	MARKETING METRICS link			9		
95.	ECON-07/A	Anno di corso 2	MARKETING METRICS - Mod.A (modulo di MARKETING METRICS) link			6		
96.	ECON-07/A	Anno di corso 2	MARKETING METRICS - Mod.B (modulo di MARKETING METRICS) link			3		
97.	ECON-09/B	Anno di corso 2	Mod.A (modulo di INVESTMENTS ANALYSIS AND FINANCIAL RISK MANAGEMENT) link			6		
98.	ECON-09/B	Anno di corso 2	Mod.B (modulo di INVESTMENTS ANALYSIS AND FINANCIAL RISK MANAGEMENT) link			6		
99.	ECON-06/A	Anno di corso 2	OPERAZIONI STRAORDINARIE E CREAZIONE DI VALORE link			9		
100.	ECON-06/A	Anno di corso 2	OPERAZIONI STRAORDINARIE E CREAZIONE DI VALORE - MOD.A (modulo di OPERAZIONI STRAORDINARIE E CREAZIONE DI VALORE) link			3		

N.	Settori	Anno di corso	Insegnamento	Cognome Nome	Ruolo	Crediti	Ore	Docente di riferimento per corso
101.	ECON-06/A	Anno di corso 2	OPERAZIONI STRAORDINARIE E CREAZIONE DI VALORE - MOD.B (modulo di OPERAZIONI STRAORDINARIE E CREAZIONE DI VALORE) link			3		
102.	ECON-06/A	Anno di corso 2	OPERAZIONI STRAORDINARIE E CREAZIONE DI VALORE - MOD.C (modulo di OPERAZIONI STRAORDINARIE E CREAZIONE DI VALORE) link			3		
103.	ECON-06/A	Anno di corso 2	PRINCIPI CONTABILI INTERNAZIONALI E BILANCIO DIGITALE link			9		
104.	GIUR-08/A	Anno di corso 2	REDDITO D'IMPRESA E PIANIFICAZIONE FISCALE INTERNAZIONALE link			6		
105.	ECON-06/A	Anno di corso 2	REVISIONE AZIENDALE link			6		
106.	ECON-06/A	Anno di corso 2	REVISIONE AZIENDALE - Mod.A (modulo di REVISIONE AZIENDALE) link			3		
107.	ECON-06/A	Anno di corso 2	REVISIONE AZIENDALE - Mod.B (modulo di REVISIONE AZIENDALE) link			3		
108.	ECON-06/A	Anno di corso 2	SOSTENIBILITA' E REPORTING DI IMPRESA link			6		
109.	ECON-06/A	Anno di corso 2	SOSTENIBILITA' E REPORTING DI IMPRESA - Mod.A (modulo di SOSTENIBILITA' E REPORTING DI IMPRESA) link			3		

N.	Settori	Anno di corso	Insegnamento	Cognome Nome	Ruolo	Crediti	Ore	Docente di riferimento per corso
110.	ECON-06/A	Anno di corso 2	SOSTENIBILITA' E REPORTING DI IMPRESA - Mod.B (modulo di SOSTENIBILITA' E REPORTING DI IMPRESA) link			3		
111.	ECON-06/A	Anno di corso 2	STRATEGIE AZIENDALI E MODELLI DI BUSINESS link			6		
112.	ECON-04/A	Anno di corso 2	VALUTAZIONE DI IMPATTO DELLE POLITICHE PER LO SVILUPPO link			6		
113.	ECON-01/A	Anno di corso 2	VALUTAZIONE DI IMPATTO DELLE SCELTE IN ECONOMIA E BUSINESS link			6		

Servizi per gli studenti

Calendario del Corso di Studio e orario delle attività formative

Calendario del Corso di Studio e orario delle attività formative

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

Calendario degli esami di profitto

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

Calendario sessioni della Prova finale

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

Data di inizio dell'attività didattica

18/09/2026

Infrastrutture

Aule

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

Pdf inserito: [All4_Aule.pdf](#) 

Laboratori e Aule Informatiche

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

Pdf inserito: [All6_Laboratori e Aule Informatiche.pdf](#) 

Sale Studio

Link inserito: <https://economiaediritto.unimc.it/it/didattica/strutture/sale-studio>

Pdf inserito: [All7_Sale studio.pdf](#) 

Biblioteche

Link inserito: <https://economiaediritto.unimc.it/it/didattica/strutture/biblioteche>

Pdf inserito: [All5_Biblioteche.pdf](#) 

Servizi a supporto

Orientamento in ingresso e in itinere

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

Pdf inserito: [All8_orientamento_ingresso_itinere.pdf](#) 

Tutorato

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

Pdf inserito: [All9_tutorato.pdf](#) 

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

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

Pdf inserito: [All10_assistenza_svolgimento_formazione_esterno.pdf](#) 

Accompagnamento al lavoro

Link inserito: <https://www.unimc.it/it/career-service>

Pdf inserito: [All11_accompagnamento al lavoro.pdf](#) 

Eventuali altre iniziative

Link inserito: <https://dedcomunica.unimc.it/agenda.php>

Assistenza e accordi per la mobilità internazionale

L'Ufficio Global Engagement dell'Area Internazionalizzazione e ERUA cura i progetti di collaborazione internazionale, gli accordi di cooperazione bilaterali e multilaterali e i relativi allegati per la mobilità outbound, con particolare riferimento ai rapporti internazionali con istituzioni accademiche ed enti di alta formazione extra-UE. Fornisce inoltre supporto e consulenza ai Dipartimenti per l'attivazione di progetti relativi a titoli doppi/multipli con università estere.

L'Ufficio Mobilità Internazionale dell'Area Internazionalizzazione e ERUA cura le relazioni con gli atenei partner del Programma Erasmus+ ed i progetti di mobilità di uno o due semestri (ovvero per gli studenti che poi convalideranno il proprio percorso formativo a Macerata), sia per il conseguimento di titoli congiunti (ovvero per gli studenti che otterranno un titolo legalmente valido in tutti i paesi di provenienza degli atenei partner). Gestisce il programma Erasmus+ e vari programmi di scambio nell'ambito di oltre 400 accordi bilaterali con atenei partner. In questo caso la figura del Delegato Erasmus di Dipartimento fornisce agli studenti il supporto necessario per la definizione delle attività didattiche da svolgere all'estero. Per quanto riguarda invece la mobilità extra-Erasmus, l'Ufficio si relaziona con Università dislocate in tutti i continenti e in paesi quali Argentina, Australia, Canada, Cina, Colombia, Giappone, Indonesia, Stati Uniti, Vietnam. Per tutti gli accordi in cui è prevista la mobilità studenti, l'Ufficio coordina la selezione dei beneficiari, in collaborazione con i docenti referenti degli accordi, e fornisce assistenza prima della partenza, durante il soggiorno e al ritorno; eroga le borse di mobilità e collabora nell'attività di convalida dei crediti formativi (CFU/ECTS) e degli esami svolti durante il periodo di mobilità internazionale. In questo caso la figura del Referente degli accordi di cooperazione extra-Erasmus fornisce agli studenti il supporto necessario per la definizione delle attività didattiche da svolgere all'estero.

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

Il CdS promuove il potenziamento della mobilità degli studenti, anche tramite iniziative a sostegno di periodi di studio all'estero. A tal fine, è stato istituito un Coordinatore Erasmus dedicato ai CdS magistrali offerti dal Dipartimento di Economia e Diritto. Gli studenti che decidono di partecipare al programma Erasmus+ Traineeship possono quindi avvalersi del supporto e dell'orientamento fornito dal Coordinatore Erasmus, che offre assistenza durante l'intero processo di mobilità, con particolare riferimento alla fase di preparazione alla partenza e di rientro.

Al fine di sensibilizzare gli studenti a partecipare ai progetti Erasmus+, il Coordinatore organizza specifici incontri di orientamento durante l'anno accademico, prima dell'uscita del bando che solitamente avviene a metà gennaio. In particolare, nell'a.a. 2024-2025 sono stati svolti due incontri (28/11/2024 e 29/11/2024) per fornire agli studenti frequentanti i CdS magistrali informazioni sul progetto di mobilità e sulle relative opportunità nell'a.a. 2025-2026.

Il Dipartimento ha rafforzato anche la possibilità di mobilità all'estero in paesi extra-UE per gli studenti dei corsi di laurea magistrale siglando recentemente un accordo con la University of Surabaya (Indonesia). L'accordo si aggiunge ai due accordi per mobilità studenti extra-UE già esistenti, con la Pontificia Universidad Javeriana Cali (Colombia) e la Phenikaa University (Vietnam) e darà la possibilità di trascorrere un semestre presso questa importante istituzione accademica.

Gli studenti del CdS possono inoltre partecipare al Programma di mobilità internazionale Magellano, che intende incentivare la mobilità studentesca anche al di fuori dell'Unione europea.

Sul sito dell'Ateneo e del Dipartimento è disponibile una pagina contenente le informazioni sugli accordi bilaterali e multilaterali (<https://economiaediritto.unimc.it/it/didattica/mobilita-internazionale>).

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

Inserimento atenei in convenzione

Atenei in convenzione per programmi di mobilità internazionale

Nessun Ateneo in convenzione inserito

Monitoraggio dei risultati

Opinioni studenti

La valutazione della didattica per il Corso di Studio (CdS) in Management e Marketing Internazionale (MMI) viene effettuata sulla base delle informazioni riportate nel Monitor Integrato di Ateneo (MIA), che raccoglie le risposte ai questionari di valutazione della didattica compilati dagli studenti, mettendo a confronto i risultati del CdS con quelli rilevati a livello di Dipartimento e di Ateneo. La misurazione è definita sulla base di una scala da 0 a 10. I valori di seguito commentati fanno riferimento alle opinioni degli studenti rilevate nell'anno accademico 2025-2026, in cui il CdS è stato sottoposto ad una modifica ordinamentale, coerentemente con quanto richiesto nelle recenti linee guida ministeriali. Si evidenzia tuttavia che non sono state effettuate modifiche sostanziali, visto che il CdS è già stato sottoposto ad una significativa revisione nell'a.a. 2022-2023 e, quindi, si rende al momento necessario monitorare il processo di consolidamento del CdS. I dati aggiornati (ESSE3 - Ultima elaborazione del 02/07/2026) sono disponibili nel sito di Ateneo nella Sezione Qualità al seguente indirizzo: https://www.unimc.it/it/qualita/qualita-didattica/aq-cds/valutazione-studenti/valutazione-studenti-a-a-2025-2026/lm77_valdid_2025-26.pdf.

Per ciò che concerne le conoscenze preliminari possedute, queste risultano più che sufficienti per la comprensione degli argomenti d'esame, con una valutazione pari a 7,61 tra gli studenti frequentanti, in lieve miglioramento rispetto al 7,46 registrato nel 2024-2025 e sostanzialmente in linea con i valori rilevati negli anni precedenti. Analogo andamento si osserva per gli studenti non frequentanti, che esprimono una valutazione pari a 7,48, superiore sia al dato dipartimentale (7,10) sia a quello di Ateneo (7,36). Tali risultati confermano l'efficacia delle azioni intraprese dal CdS volte sia a rafforzare la continuità della formazione e la complementarità tra gli insegnamenti erogati nei corsi di laurea triennali e in quelli magistrali, sia ad incrementare le attività di tutoraggio e il supporto fornito agli studenti impossibilitati a frequentare regolarmente le lezioni.

Anche il carico di studio degli insegnamenti viene percepito come sostanzialmente proporzionato ai crediti assegnati. La valutazione espressa dagli studenti frequentanti risulta pari a 7,55, leggermente inferiore a quella registrata nell'anno precedente (7,85), pur mantenendosi su livelli ampiamente positivi; il giudizio dei non frequentanti si attesta a 7,17. Il dato suggerisce l'opportunità di continuare a monitorare attentamente la distribuzione dei carichi didattici, soprattutto alla luce delle richieste di alleggerimento formulate da una parte degli studenti.

Con riferimento alla qualità degli insegnamenti e all'organizzazione delle attività didattiche emergono valutazioni complessivamente positive. In particolare, gli studenti esprimono giudizi favorevoli riguardo al materiale didattico (7,91), alla chiarezza delle modalità di esame (8,22), al rispetto degli orari delle lezioni (8,69), alla capacità dei docenti di stimolare l'interesse verso la disciplina (7,90) e alla chiarezza espositiva dei contenuti (7,73).

Particolarmente elevata risulta la valutazione relativa alla disponibilità e reperibilità dei docenti, pari a 8,78, valore superiore sia a quello del Dipartimento (8,74) sia a quello dell'Ateneo (8,68). Analogamente, gli studenti non frequentanti esprimono giudizi positivi, soprattutto per quanto riguarda l'adeguatezza del materiale didattico (8,03), la reperibilità del docente (8,46) e la chiarezza delle modalità di esame (7,87).

Le attività didattiche integrative (esercitazioni, tutorati e laboratori) sono ritenute utili all'apprendimento della materia, conseguendo una valutazione di 7,85. Inoltre, l'interesse degli studenti verso gli argomenti trattati nell'insegnamento si mantiene elevato, con un punteggio pari a 7,89, a conferma della capacità del CdS di proporre contenuti coerenti con le aspettative formative e professionali degli iscritti. Secondo gli studenti, gli insegnamenti sono svolti in maniera coerente con quanto dichiarato sul sito web del CdS. La valutazione attribuita a questo aspetto raggiunge 8,46, confermando l'efficacia dell'attività svolta dai docenti nella predisposizione e nell'aggiornamento dei syllabus e delle informazioni pubblicate online. La chiarezza nella descrizione degli obiettivi formativi, dei contenuti degli insegnamenti e delle modalità di verifica continua pertanto a rappresentare un punto di forza del CdS.

Le valutazioni espresse dagli studenti risultano complessivamente in linea con quelle rilevate per gli altri corsi di studio del Dipartimento di Economia e Diritto e dell'Ateneo. Si osservano tuttavia alcuni indicatori particolarmente positivi, come la reperibilità dei docenti e la percezione dell'utilità delle attività integrative, che collocano il CdS su livelli analoghi o superiori rispetto ai benchmark di riferimento.

Per quanto riguarda i suggerimenti formulati dagli studenti, più della metà di coloro che hanno risposto (229) non ritiene necessario avanzare proposte di miglioramento (124 risposte tra i frequentanti e 38 tra i non frequentanti). Tra coloro che hanno espresso suggerimenti, emergono principalmente la richiesta di alleggerire il carico didattico complessivo, migliorare la qualità del materiale didattico, fornire il materiale con maggiore anticipo e inserire prove intermedie di valutazione. Tali indicazioni saranno oggetto di ulteriore monitoraggio nell'ambito delle attività di assicurazione della qualità del CdS. Alla luce dei dati acquisiti, si rileva una valutazione complessivamente positiva dell'efficacia del percorso formativo del CdS. I risultati confermano il buon livello di soddisfazione degli studenti rispetto alla qualità della didattica erogata, all'organizzazione degli insegnamenti e alla disponibilità del corpo docente. Rimane tuttavia opportuno proseguire le attività di monitoraggio e miglioramento continuo, con particolare attenzione all'equilibrio dei carichi didattici, all'acquisizione dei CFU nei tempi previsti, alla regolarità delle carriere e agli esiti occupazionali dei laureati, al fine di consolidare ulteriormente l'attrattività e la qualità complessiva del Corso di Studio.

Pdf inserito: [Valutazione della didattica \(confronto corso _ dipartimento _ ateneo\) - lm77_valdid_2025-26.pdf](#) 

Opinioni dei laureati

I dati relativi al grado di soddisfazione dei laureati vengono presentati nell'indagine svolta da AlmaLaurea (aprile 2026) relativa ai laureati nell'anno solare 2025. Il Corso di Studio (CdS) in Management e Marketing Internazionale (MMI) è stato avviato nell'a.a. 2022-2023 a seguito di una modifica ordinamentale ed è pertanto possibile analizzare i dati della seconda coorte di studenti che ha conseguito la laurea nel nuovo ordinamento. Nell'anno solare 2025 i laureati sono stati 30, di cui 27 intervistati. Rispetto all'analisi dell'anno precedente si rileva un miglioramento nella regolarità della frequenza alle attività didattiche. Il 72,0% dei laureati dichiara infatti di aver frequentato oltre il 75% degli insegnamenti previsti, in aumento rispetto al 57,9% rilevato nell'indagine precedente. Parallelamente si riduce la quota di studenti che ha frequentato tra il 50% e il 75% delle attività formative, attestandosi all'8,0% rispetto al 21,1% dell'anno precedente. Tale andamento evidenzia un rafforzamento del coinvolgimento degli studenti nelle attività didattiche del CdS e conferma l'efficacia delle azioni di tutorato, orientamento e accompagnamento poste in essere negli ultimi anni.

In relazione all'organizzazione della didattica si osserva un generale miglioramento degli indicatori. Relativamente al carico di studio degli insegnamenti rispetto alla durata del corso, il 48,0% degli intervistati lo considera 'decisamente adeguato' e il 32,0% 'più sì che no', per una quota complessiva di giudizi positivi pari all'80,0%. Sebbene la percentuale di giudizi pienamente positivi risulti lievemente inferiore rispetto all'anno precedente (52,6%), il dato conferma una percezione sostanzialmente favorevole dell'equilibrio tra impegno richiesto e durata del percorso formativo.

Per quanto riguarda l'organizzazione degli esami (appelli, orari, informazioni e prenotazioni), si registra un lieve miglioramento rispetto all'indagine precedente. Il 48,0% dei laureati dichiara infatti di essere soddisfatto 'sempre o quasi sempre', mentre il 36,0% esprime un giudizio positivo 'per più della metà degli esami'. Complessivamente, oltre l'84% degli intervistati manifesta dunque una valutazione favorevole di questo aspetto dell'organizzazione didattica. Il rapporto con i docenti si conferma ampiamente soddisfacente. Il 44,0% dei laureati si dichiara 'decisamente soddisfatto' e il 52,0% 'più sì che no', determinando una quota complessiva di soddisfazione pari al 96,0%. Il dato evidenzia un significativo miglioramento rispetto alla precedente rilevazione e testimonia la qualità della relazione instaurata tra studenti e corpo docente. Relativamente alle strutture, emerge un quadro estremamente positivo. Tutti i laureati dichiarano di aver utilizzato le aule e il 64,0% le considera 'sempre o quasi sempre adeguate', mentre il restante 36,0% le ritiene

'spesso adeguate'. Si tratta di un miglioramento significativo rispetto all'anno precedente, probabilmente riconducibile alla piena disponibilità delle strutture del Dipartimento dopo il completamento degli interventi di ristrutturazione. Particolarmente favorevole risulta anche la valutazione delle postazioni informatiche. Tutti i laureati dichiarano di averne usufruito e il 92,0% le considera quantitativamente adeguate, valore in linea con quello rilevato nell'indagine precedente e superiore alla media di Ateneo (82,0%). Anche le attrezzature utilizzate per le attività didattiche integrative (laboratori, attività pratiche e altre esercitazioni) ricevono valutazioni positive. Il 60,9% dei fruitori le ritiene 'sempre o quasi sempre adeguate' e il 34,8% 'spesso adeguate', per una soddisfazione complessiva prossima al 96%. Il dato mostra un sensibile miglioramento rispetto alla rilevazione precedente. La percentuale di studenti che ha usufruito dei servizi bibliotecari rimane elevata (88,0%) e la relativa valutazione risulta molto positiva: il 63,6% giudica tali servizi 'decisamente positivi' e il 36,4% 'abbastanza positivi'. Anche in questo caso si registra un miglioramento rispetto ai dati della precedente indagine.

La valutazione complessiva del corso di studio si conferma positiva. Il 44,0% dei laureati si dichiara 'decisamente soddisfatto' e il 48,0% 'più sì che no'; soltanto l'8,0% esprime un giudizio 'più no che sì'. Complessivamente, pertanto, il 92,0% degli intervistati manifesta una valutazione favorevole del CdS. Particolarmente significativo risulta inoltre il dato relativo alla scelta del percorso universitario: il 76,0% dei laureati dichiara che si iscriverebbe nuovamente allo stesso corso presso l'Università di Macerata, valore nettamente superiore rispetto al 57,9% rilevato nell'anno precedente e sostanzialmente allineato alla media di Ateneo (78,8%). Considerando anche coloro che si iscriverebbero nuovamente all'università, seppur in un corso differente, la quota complessiva supera il 90%, a conferma dell'apprezzamento per l'esperienza formativa svolta.

I dati AlmaLaurea 2026 evidenziano dunque un miglioramento diffuso della soddisfazione dei laureati rispetto alla precedente rilevazione. Gli indicatori relativi alla frequenza delle lezioni, al rapporto con i docenti, alle strutture didattiche, ai servizi di supporto e alla soddisfazione complessiva mostrano un'evoluzione positiva che sembra confermare la progressiva stabilizzazione e il consolidamento del nuovo CdS a seguito della modifica ordinamentale introdotta nell'a.a. 2022-2023. Pur permanendo la necessità di monitorare alcuni aspetti organizzativi e il bilanciamento del carico didattico, i risultati complessivi testimoniano l'efficacia delle azioni di miglioramento intraprese dal CdS e l'elevato livello di soddisfazione espresso dai laureati.

PDF inserito: [All_2_opinionelaureati_LM77_Indagine AlmaLaurea APRILE_2026.pdf](#) 

Dati di ingresso, di percorso e di uscita

I valori relativi ai dati di ingresso, di percorso e di uscita di seguito commentati fanno riferimento all'a.a. 2025/2026, in cui il CdS è stato sottoposto ad una modifica ordinamentale, coerentemente con quanto richiesto nelle recenti linee guida ministeriali. Si evidenzia tuttavia che non sono state effettuate modifiche sostanziali, visto che il CdS è già stato sottoposto ad una significativa revisione nell'a.a. 2022/2023 e, quindi, si rende al momento necessario monitorare il processo di consolidamento del CdS.

L'analisi dei dati è effettuata sulla base degli indicatori riportati nel Monitor Integrato di Ateneo (MIA). I dati commentati fanno riferimento all'anno accademico 2025/2026. Poiché nell'a.a. 2025/2026 risultano attivi due ordinamenti del Corso di Studio (coorte LM77, relativa all'ordinamento precedente, e coorte LM77R, relativa al nuovo ordinamento), gli indicatori vengono analizzati separatamente (i dati dei due ordinamenti sono disponibili nel file allegato).

Per la coorte LM77, il Corso conferma il proprio percorso di consolidamento. Gli studenti iscritti sono 57, mentre gli studenti regolari attivi sono 42. Rispetto all'anno precedente, si osserva un decremento della media dei CFU acquisiti (25,58 rispetto al 42,29 dell'a.a. 2024/2025) e della media dei CFU acquisiti dagli studenti fino al secondo anno (81,80 rispetto al 98,24). Si registra un aumento nella percentuale del tasso di reiscrizione tra il primo e il secondo anno (da 72,41% a 80,36%) e, contestualmente una riduzione degli studenti inattivi (dal 13,25% al 12,28%) e del tasso di abbandono (dal 25% al 19,70%), evidenziando un miglioramento complessivo degli indicatori di percorso.

Sebbene non vi siano studenti iscritti con titolo di studio straniero, si rileva un significativo incremento del numero medio di CFU acquisiti dagli studenti Erasmus (da 21 a 47); ciò conferma l'efficacia delle azioni intraprese per potenziare la dimensione internazionale del CdS, in linea con la possibilità – valutata al tempo della modifica ordinamentale effettuata nell'a.a. 2022/2023 – di erogare gli insegnamenti presenti nel curriculum Marketing e Mercati Globali (MMG) unicamente in lingua inglese.

Con riferimento ai dati di uscita, nell'anno di rilevazione il Corso registra un decremento del numero dei laureati (da 28 a 7) e un lieve aumento del tempo medio di conseguimento del titolo da 2 anni e 2 mesi nell'a.a. 2024/2025 a 2 anni e 6 mesi. Questi dati richiedono di essere attenzionati e valutati, anche tenendo in considerazione le prossime sessioni di laurea relative all'a.a. oggetto di indagine. Ciò al fine di valutare sia l'efficacia dell'attività di monitoraggio effettuata durante il percorso formativo, sia il tempo dedicato ai tirocini e all'eventuale attività lavorativa svolta dagli studenti durante il periodo di studio.

Per gli iscritti al primo anno della LM77R (corrispondente al nuovo ordinamento attivato nell'a.a. 2025/2026), si registrano 39 iscritti, di cui nessuno con titolo straniero. La media dei CFU acquisiti è 33,62, mentre la quota di studenti inattivi è pari al 12,82%. Trattandosi del primo anno di attivazione del nuovo ordinamento (che non ha comportato alcuna modifica sostanziale al CdS), non sono ancora disponibili ulteriori dati significativi, relativi al tasso di abbandono, ai laureati e ai tempi di conseguimento del titolo, che saranno oggetto di monitoraggio nelle prossime rilevazioni.

Nel complesso, il Corso di Studio conferma buone prospettive di consolidamento. La coorte LM77 evidenzia un miglioramento della maggior parte degli indicatori di percorso, in particolare per quanto riguarda l'acquisizione dei CFU, la riduzione dell'inattività e il contenimento dell'abbandono. Per la coorte LM77R, i dati raccolti costituiscono la baseline per il monitoraggio del nuovo ordinamento e saranno utilizzati dal Gruppo AQ per verificare nei prossimi anni l'efficacia delle innovazioni introdotte e orientare eventuali azioni di miglioramento.

Per quanto riguarda l'indicatore "Fedeltà all'Ateneo", si rileva che la percentuale degli studenti che hanno conseguito la laurea di primo livello rispetto al totale degli iscritti al primo anno della magistrale si è mantenuta tendenzialmente invariata con valori positivi (61,54% rispetto al 62,50% dell'a.a. 2024/2025). Ciò conferma l'efficacia delle attività di orientamento e di promozione svolte nell'ambito nei CdS triennali offerti dal Dipartimento e delle azioni intraprese durante la strutturazione del CdS, al fine di rafforzare la coerenza e la continuità tra i percorsi formativi triennali e quelli magistrali.

Un segnale di miglioramento si rileva nell'incremento del grado di attrattività del CdS: la percentuale di studenti che si iscrivono al CdS MMI provenienti da altro Ateneo italiano è infatti del 17,95% rispetto al 12,50% dell'a.a. 2024/2025. Pur a fronte di questo segnale positivo, si rende comunque necessario un rafforzamento delle azioni volte a valorizzare il percorso formativo e a promuovere con maggiore efficacia gli aspetti innovativi del CdS presso altri Atenei, sia a livello regionale che al di fuori della Regione.

I dati mostrano che è necessario continuare un attento processo di monitoraggio delle carriere degli studenti, mediante il controllo svolto dal Gruppo AQ del CdS, le attività di tutorato e le osservazioni della Commissione Paritetica Docenti-Studenti, al fine di individuare le criticità e suggerire le opportune azioni correttive. Allo stesso tempo, resta fondamentale continuare l'opera di sensibilizzazione nei confronti il corpo docente a prestare particolare attenzione alle difficoltà che gli studenti incontrano nell'apprendimento della disciplina, verificate in sede di esecuzione degli esami di profitto e manifestate tramite la compilazione dei questionari di valutazione della didattica.

PDF inserito: [Dati ingresso percorso e uscita 2025 e 2026.pdf](#) 

Efficacia Esterna

I dati relativi al grado di efficacia esterna dei laureati vengono presentati nell'indagine svolta da AlmaLaurea (aprile 2026) relativa ai laureati nell'anno solare 2025. Il Corso di Studio (CdS) in Management e Marketing Internazionale (MMI) è stato avviato nell'a.a. 2022/2023 a seguito di una modifica ordinamentale; risulta pertanto possibile analizzare i dati delle prime coorti di laureati del nuovo ordinamento e confrontarli con quelli rilevati negli anni precedenti.

Per quanto riguarda la condizione occupazionale, i risultati confermano un elevato livello di efficacia del CdS nell'inserimento dei laureati nel mercato del lavoro. Il tasso di occupazione ad un anno dal conseguimento del titolo risulta pari all'83,3%, valore inferiore rispetto all'88,9% rilevato nell'indagine precedente, ma nettamente superiore alla media di Ateneo (65,8%). A tre anni dal conseguimento del titolo il tasso di occupazione raggiunge l'85,7%, mentre a cinque anni risulta pari al 100%, confermando la capacità del percorso formativo di favorire il consolidamento professionale nel medio-lungo periodo. Analogamente, la quota di occupati calcolata sulle Forze di lavoro è pari al 100% a uno, tre e cinque anni dalla laurea, a fronte di valori medi di Ateneo rispettivamente pari all'80,3%, 88,8% e 95,7%.

La diminuzione del tasso di occupazione registrata ad un anno dalla laurea rispetto alla precedente rilevazione può essere interpretata alla luce delle specificità del CdS e dei percorsi professionali intrapresi dai laureati. Una parte degli studenti, in particolare quelli interessati all'accesso alle professioni economico-aziendali regolamentate o a ulteriori percorsi di specializzazione, può infatti posticipare l'ingresso stabile nel mercato del lavoro per dedicarsi ad attività formative, tirocini professionalizzanti o percorsi abilitanti. Occorre inoltre considerare che i dati continuano a riferirsi alle prime coorti di laureati del CdS modificato e che pertanto sarà necessario attendere le prossime rilevazioni per disporre di una base informativa più ampia e consolidata.

In relazione alla percentuale dei laureati che utilizzano in misura elevata le competenze acquisite durante il percorso universitario, l'indagine 2026 evidenzia un miglioramento rispetto alla rilevazione precedente. La quota di occupati che dichiara di utilizzare in misura elevata le competenze apprese con la laurea risulta pari al 60,0% ad un anno dal conseguimento del titolo, al 66,7% a tre anni e al 57,1% a cinque anni. Sebbene il valore a un anno sia sostanzialmente in linea con la rilevazione precedente, gli indicatori a tre e cinque anni evidenziano una significativa coerenza tra formazione ricevuta e attività professionale svolta. In particolare, il dato a tre anni risulta sensibilmente superiore alla media di Ateneo (47,5%), mentre quello a cinque anni si mantiene sostanzialmente allineato ai valori medi dell'Ateneo. Particolarmente significativo appare anche il dato relativo alla soddisfazione per il lavoro svolto. Su una scala da 1 a 10, i laureati esprimono un livello di soddisfazione pari a 8,2 ad un anno dalla laurea e 8,3 a tre anni, valori superiori alle corrispondenti medie di Ateneo (7,5 e 7,7). A cinque anni il livello di soddisfazione risulta pari a 7,3, leggermente inferiore alla media di Ateneo (8,0), ma comunque indicativo di un giudizio complessivamente positivo sul proprio percorso professionale.

Complessivamente, i dati AlmaLaurea 2026 confermano l'efficacia esterna del CdS MMI. Gli elevati livelli di occupazione, la piena partecipazione al mercato del lavoro, il crescente utilizzo delle competenze acquisite e la soddisfazione espressa dai laureati evidenziano la capacità del CdS di fornire una preparazione coerente con le esigenze professionali del contesto economico e aziendale. Sarà comunque opportuno continuare a monitorare tali indicatori nei prossimi anni al fine di verificare gli effetti della modifica ordinamentale sull'occupabilità dei laureati e sulla corrispondenza tra competenze sviluppate durante il percorso formativo e richieste provenienti dal mercato del lavoro.

Pdf inserito: [All_4_occupabilità_laureati_LM77_Almalaurea APRILE_2026.pdf](#) 

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

Le opinioni di enti e imprese che offrono opportunità di stage e tirocini agli studenti vengono raccolte e monitorate mediante la somministrazione di un questionario ai tutor aziendali, allo scopo di comprendere quali competenze e capacità possedute dagli stagisti sono state maggiormente apprezzate o giudicate critiche dall'organizzazione ospitante e, in generale, ricevere un feedback sullo stage effettuato dagli studenti. Inoltre, le risposte ai questionari forniscono utili indicazioni sull'efficacia del ciclo di studi svolto, sulle competenze maggiormente funzionali al ruolo svolto e sulle competenze che invece possono essere potenziate.

I dati dei questionari sono stati estrapolati dal sistema ESSE3 (ultima elaborazione del 15/07/2026) in relazione all'anno solare 2025 e 2026, che vengono di seguito analizzati separatamente.

Per quanto riguarda l'a.s. 2025 le risposte ai questionari pervenute sono complessivamente n. 23.

I tutor valutano molto positivamente il livello di congruenza dei compiti svolti dallo stagista con il progetto formativo; tutti gli intervistati hanno particolarmente apprezzato le competenze acquisite dallo studente, tra cui capacità di comunicare con gli altri e di trasmettere informazioni (91,30%), lavorare in gruppo (86,96%), raccogliere ed elaborare informazioni (91,30%), grado di flessibilità e adattamento al cambiamento (86,96%) e gestione del tempo (95,65%). Molto positive anche le valutazioni sull'abilità di utilizzare software e pacchetti informatici (95,65%). Margini di miglioramento possono essere conseguiti per ciò che riguarda la capacità di intraprendere azioni di propria iniziativa (73,91%) e l'abilità nell'intrattenere una conversazione e produrre testi in lingua inglese (56,52%).

Per quanto riguarda l'a.s. 2026 e risposte ai questionari pervenute sono n. 6.

I tutor valutano molto positivamente il livello di congruenza dei compiti svolti dallo stagista con il progetto formativo; tutti gli intervistati hanno particolarmente apprezzato le competenze acquisite dallo studente, tra cui capacità di comunicare con gli altri e di trasmettere informazioni (100%), lavorare in gruppo (83,33%), raccogliere ed elaborare informazioni (100%), grado di flessibilità e adattamento al cambiamento (100%) e gestione del tempo (100%). Molto positive anche le valutazioni sull'abilità di utilizzare software e pacchetti informatici (83,33%). Margini di miglioramento possono essere conseguiti per ciò che riguarda la capacità di intraprendere azioni di propria iniziativa (83,33%) e l'abilità nell'intrattenere una conversazione e produrre testi in lingua inglese (33,33%).

Dalle valutazioni espresse non emergono particolari criticità. Complessivamente, quasi tutti i tutor sostengono che le funzioni e i compiti svolti dallo stagista sono stati molto congruenti con il progetto formativo. Ciò conferma l'efficacia della formazione conseguita dagli studenti in relazione alle attuali esigenze del mercato del lavoro. Un aspetto che necessita di essere attenzionato a livello di CdS è la conoscenza e l'utilizzo della lingua inglese da parte degli studenti, che, sulla base dei dati emersi dai questionari, non sempre risponde adeguatamente alle esigenze lavorative.

Pdf inserito: [Opinioni enti e imprese_tirocinio_2025 e 2026.pdf](#) 