



## Informazioni generali sul Corso di Studi

<b>Università</b>	Università degli Studi di MODENA e REGGIO EMILIA
<b>Nome del corso in italiano</b>	MANAGEMENT E COMUNICAZIONE D'IMPRESA ( <i>IdSua:1601571</i> )
<b>Nome del corso in inglese</b>	MANAGEMENT AND BUSINESS COMMUNICATION
<b>Classe</b>	LM-77 - Scienze economico-aziendali
<b>Lingua in cui si tiene il corso</b>	italiano
<b>Eventuale indirizzo internet del corso di laurea</b>	<a href="https://www.dce.unimore.it/it/didattica/corsi-di-laurea-magistrale-informazioni-general/corso-di-laurea-magistrale-management-e">https://www.dce.unimore.it/it/didattica/corsi-di-laurea-magistrale-informazioni-general/corso-di-laurea-magistrale-management-e</a>
<b>Tasse</b>	<a href="https://www.unimore.it/it/didattica/iscrizioni-e-tasse">https://www.unimore.it/it/didattica/iscrizioni-e-tasse</a>
<b>Modalità di svolgimento</b>	a. Corso di studio convenzionale



## Referenti e Strutture

<b>Presidente (o Referente o Coordinatore) del CdS</b>	DI TOMA Paolo
<b>Organo Collegiale di gestione del corso di studio</b>	Consiglio di Interclasse
<b>Struttura didattica di riferimento</b>	Comunicazione ed economia (Dipartimento Legge 240)

### Docenti di Riferimento

N.	COGNOME	NOME	SETTORE	QUALIFICA	PESO	TIPO SSD
1.	CAVAZZA	Nicoletta		PO	1	
2.	FERRETTI	Riccardo		PO	1	
3.	LAZZINI	Arianna		PA	1	

4.	MARIANI	Michele	RU	1
5.	RAVAZZONI	Roberto	PO	1
6.	SCAPOLAN	Annachiara	PA	1

<b>Rappresentanti Studenti</b>	DI GIOIA Imma 212956@studenti.unimore.it BERBEGLIO Valerio 300413@studenti.unimore.it BENSAIA Alessandro 238139@studenti.unimore.it
<b>Gruppo di gestione AQ</b>	VALERIO BERBEGLIO IMMA DI GIOIA RICCARDO FERRETTI VERONICA GABRIELLI GIOVANNA GALLI DANIELA REGNOLI PAOLA VEZZANI
<b>Tutor</b>	Riccardo FERRETTI Paola VEZZANI Paolo DI TOMA Giovanna GALLI



## Il Corso di Studio in breve

20/05/2024

Le imprese devono oggi effettuare scelte strategiche in grado di condividere gli obiettivi dei portatori d'interesse economici ed istituzionali e che devono essere opportunamente comunicate all'interno e all'esterno delle organizzazioni.

Il corso di laurea in Management e Comunicazione d'Impresa offre agli studenti l'opportunità di acquisire le conoscenze necessarie per svolgere un ruolo manageriale e di coordinamento strategico nelle imprese e per progettare in modo moderno e innovativo la comunicazione esterna (obbligatoria e volontaria) ed interna. Durante il percorso formativo si approfondiscono gli aspetti organizzativi, di mercato, economico-finanziari, giuridici ed istituzionali della comunicazione, con lo scopo di acquisire competenze professionali che favoriscano l'inserimento in differenti e innovativi contesti lavorativi.

L'analisi del posizionamento competitivo delle aziende, la redazione di piani strategici, lo studio delle attività di business planning, la gestione della comunicazione finanziaria, l'organizzazione delle relazioni di lavoro, l'approfondimento delle norme che regolano l'azione economica e gli strumenti statistici per l'analisi dei mercati costituiscono la formazione di base del primo anno di studi.

Il corso di laurea prevede due percorsi consigliati: "General management" e "Comunicazione e immagine d'impresa". Nel primo si approfondiscono conoscenze relative al funzionamento dei mercati, degli strumenti e delle istituzioni finanziarie. Si studiano, inoltre, gli strumenti della comunicazione economica e finanziaria, sia obbligatoria che volontaria, intesa come flusso di informazioni sulla redditività e sull'assetto patrimoniale e finanziario che la direzione aziendale destina ai molteplici portatori di interesse dell'impresa. Il secondo approfondisce le conoscenze per la progettazione delle campagne di comunicazione, l'organizzazione di eventi, la gestione dell'immagine e dell'identità di marca e la redazione di piani di comunicazione integrati destinati agli attori economici e istituzionali di riferimento.

L'attività didattica è organizzata con lezioni frontali, integrate con esercitazioni e simulazione nella gestione di casi d'impresa. Oltre alle lezioni frontali sono previsti progetti di laboratorio durante i quali gli studenti, sotto la supervisione di un tutor scientifico e lavorando in piccoli gruppi, possono verificare ed approfondire la loro capacità di applicazione delle conoscenze tramite l'autonoma realizzazione di progetti finalizzati.

La scelta di offrire il corso con una serie di servizi aggiuntivi di supporto alla didattica convenzionale conferma l'attualità dei temi affrontati e la costante attenzione al rinnovamento delle modalità di erogazione dell'offerta didattica.

Link: <https://www.dce.unimore.it/it/didattica/corsi-di-laurea-magistrale-informazioni-generalis/corso-di-laurea-magistrale-management-e>



#### QUADRO A1.a

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

Il confronto con le imprese e le istituzioni del territorio, che si è articolato in diversi momenti di riflessione, ha portato alla proposta conclusiva, in data 20 Gennaio 2012, di modifiche all'ordinamento, finalizzate a trattenere i contenuti formativi economici già apprezzati sia dagli studenti sia dalle imprese e dalle istituzioni che li hanno accolti in stage, e ad integrarle con le esperienze positive maturate sui contenuti di management, gestione aziendale e comunicazione d'impresa, sperimentati e consolidati nel corso di laurea magistrale in Strategia e comunicazione d'impresa che, da tempo, riscuote successo sia presso gli studenti, provenienti in modo consistente anche da territori extra-regionali e dal mondo produttivo, dei servizi e delle istituzioni.

I rapporti con il territorio sono costantemente monitorati anche attraverso numerose attività di ricerca, organizzazione di stage e tirocini, presentazioni e testimonianze aziendali che risultano ormai parte integrante dell'attività formativa stessa.



#### QUADRO A1.b

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

14/06/2024

Le consultazioni successive all'istituzione del corso di laurea sono avvenute mediante riunioni che coinvolgono tutti i corsi di laurea del Dipartimento. Recentemente si è rinnovata la composizione del Comitato di Indirizzo e si è discusso con gli interlocutori di riferimento di una maggiore frequenza degli incontri e di un rafforzamento della collaborazione, anche in considerazione delle specificità dei corsi di laurea. L'ultima riunione si è tenuta il 17 Dicembre 2021, con il comitato parzialmente rinnovato dall'anno precedente.

Alle riunioni hanno partecipato rappresentanti delle principali associazioni economiche, imprenditoriali e professionali del territorio di riferimento dell'Ateneo. Erano inoltre presenti funzionari delle Amministrazioni pubbliche locali ed esponenti di imprese intervenute a titolo individuale, poiché interessate al profilo dei laureati e/o alla collaborazione con il corso di laurea o, più ampiamente, con il Dipartimento (Si rinvia ai link allegati per la puntuale elencazione dei partecipanti). La composizione del Comitato d'Indirizzo consente un'adeguata rappresentazione del fabbisogno di competenze e professionalità degli enti destinatari dei laureati in Management e Comunicazione d'Impresa nel contesto locale e nazionale. Vi sono inoltre ricompresi operatori economici con una presenza consolidata all'estero che costituiscono un utile riferimento per la comparazione in una prospettiva internazionale.

Nel corso delle riunioni si è presentato il corso di laurea, il profilo professionale dei laureati ed è stata fornita ai partecipanti una indicazione degli insegnamenti e dei contenuti disciplinari che li caratterizzano. Sono stati valutati i limiti attuali e sono stati condivisi gli obiettivi e le iniziative da attuare per il miglioramento del corso di laurea. Sono state anche formulate alcune ipotesi per il rafforzamento delle competenze trasversali, soprattutto attraverso interventi sulle metodologie didattiche e le modalità delle prove d'esame, per orientare gli studenti alla realizzazione di prodotti autonomi e originali durante l'intero corso di studi.

Nel corso della riunione annuale del 16 dicembre 2022, il comitato d'indirizzo ha condiviso la proposta di valutare l'inserimento di un nuovo curriculum, specificamente orientato ad approfondire i temi dei piani, dei budget e degli strumenti

di comunicazione digitale integrata. Il presidente si è reso disponibile a redarre il progetto di integrazione delle competenze ma ha chiesto di prevedere questo ulteriore arricchimento dell'offerta in una prospettiva di medio termine, in attesa degli 'assestamenti' sulla numerosità degli iscritti dovuti dall'introduzione e successiva eliminazione della programmazione locale.

Il comitato d'indirizzo riunitosi in telematica il 21 dicembre 2023 ha confermato i profili in uscita, le funzioni in contesto di lavoro e le competenze previste per le funzioni. Ha preso atto dei buoni indicatori relativi alla situazione occupazionale e alla soddisfazione dei laureati e apprezzato la collocazione prevista delle figure professionali in uscita dal CdS del rapporto Excelsior per il quinquennio 2023-2027 in merito ai fabbisogni del mercato del lavoro. Ha inoltre condiviso alcuni indicatori di performance in merito alla carriera degli studenti. Ha inoltre programmato di riunirsi entro giugno 2024 per avviare i lavori di revisione dell'ordinamento didattico, in coerenza con il DM 1649 del 19/12/2023, e per verificare in modo analitico la corrispondenza tra profili in uscita e offerta formativa in corso di revisione, così da assicurare la coerenza tra figure professionali e percorso di carriera.

Link: <https://www.dce.unimore.it/it/assicurazione-qualita/assicurazione-qualita-dei-corsi-di-studio> ( Nella pagina, paragrafo Verbali Comitato di indirizzo )



QUADRO A2.a

Profilo professionale e sbocchi occupazionali e professionali previsti per i laureati

Il profilo professionale dei laureati in Management e Comunicazione d'Impresa consente di ricoprire posizioni di elevata responsabilità nell'area del marketing e della comunicazione in imprese e organizzazioni pubbliche profit e non profit. laureati potranno proporsi come esperti in risorse umane e nell'organizzazione del lavoro, per le conoscenze acquisite nei campi della psicologia delle organizzazioni, della gestione delle risorse umane e della progettazione ed implementazione degli strumenti di marketing interno; esperti nelle attività finanziarie e nella comunicazione interna ed esterna degli istituti di credito e in qualità di investor relator nelle società quotate; esperti nella commercializzazione di beni e servizi, con la capacità di definire ed implementare un piano strategico e di marketing; analisti di mercato, per la dotazione delle competenze relative agli strumenti per il monitoraggio dei mercati e degli atteggiamenti e delle opinioni dei portatori d'interesse; esperti nelle pubbliche relazioni, per le conoscenze e le capacità di cui sono dotati nella valutazione, nella progettazione e/o ridefinizione dell'immagine delle organizzazioni.

#### **funzione in un contesto di lavoro:**

Il profilo dei laureati in Management della comunicazione d'impresa consente di svolgere le seguenti funzioni:

- Responsabile organizzazione e gestione del personale
- Responsabile attività di gestione del prodotto o della marca
- Responsabile attività di marketing
- Responsabile attività di analisi e ricerca di mercato
- Responsabile coordinamento attività strategiche e operative per l'immagine di marca

#### **competenze associate alla funzione:**

- Conoscenze specifiche riguardanti le principali funzioni aziendali, con una particolare riferimento agli aspetti di gestione delle attività di marketing
- competenze riguardanti l'attività di analisi e ricerca su mercati e consumatori
- conoscenze specifiche relazione del piano d'impresa e di marketing strategico
- conoscenze specifiche relative alla costruzione ed al consolidamento dell'immagine di marca
- conoscenze specifiche relative alla pianificazione della comunicazione d'impresa
- competenze specifiche relative agli strumenti di analisi statistica a supporto delle decisioni d'impresa
- competenze specifiche relative ai modelli di coordinamento e gestione delle risorse umane

- competenze specifiche relative al funzionamento dei mercati, degli strumenti e delle istituzioni finanziarie
- competenze specifiche relative ai modelli obbligatori e non di comunicazione e rendicontazione economica e finanziaria

**sbocchi occupazionali:**

- Piccole, medie e grandi imprese industriali, commerciali e di servizi, pubbliche o private
- Società di consulenza/ricerca per le imprese
- Agenzie di comunicazione
- Banche e società finanziarie
- Pubblica amministrazione



QUADRO A2.b

Il corso prepara alla professione di (codifiche ISTAT)

1. Specialisti nella commercializzazione nel settore delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione - (2.5.1.5.3)
2. Specialisti dell'economia aziendale - (2.5.3.1.2)
3. Specialisti nella commercializzazione di beni e servizi (escluso il settore ICT) - (2.5.1.5.2)
4. Specialisti della gestione e del controllo nelle imprese private - (2.5.1.2.0)
5. Specialisti nell'acquisizione di beni e servizi - (2.5.1.5.1)
6. Analisti di mercato - (2.5.1.5.4)



QUADRO A3.a

Conoscenze richieste per l'accesso

Costituisce criterio d'accesso il titolo di laurea conseguito nelle classi di Lettere (L-10; LT 5, DM 04 Agosto 2000), Lingue e Culture Moderne (L-11; LT 11, DM 04 Agosto 2000), Scienze dell'Amministrazione e dell'Organizzazione (L-16; LT 19, DM 04 Agosto 2000) Scienze dell'Economia e della Gestione Aziendale (L-18; LT 17, DM 04 Agosto 2000), Scienze della Comunicazione (L-20; LT 14, DM 04 Agosto 2000), Scienze Politiche e delle Relazioni Internazionali (L-36.; LT 15, DM 04 Agosto 2000), Sociologia (L-40; LT 36, DM 04 Agosto 2000). Le conoscenze degli studenti con un titolo di laurea maturato nelle classi indicate sono quindi considerate adeguate per avviare il percorso di formazione magistrale.

Gli studenti provenienti da altre classi di laurea rispetto a quelle indicate dovranno comunque avere una buona conoscenza della lingua inglese e dovranno aver acquisito con la laurea una dotazione minima di 15 CFU nei settori scientifico disciplinari SECS-P/07, SECS-P/08, SECS-P/10, 9 CFU nei settori M-PSI/01, M-PSI/05, M-PSI/06, 9 CFU nei settori INF/01, ING-INF/05.

Per tutti gli studenti è richiesto il possesso di adeguate competenze linguistiche, in forma scritta e orale, secondo modalità definite nel regolamento didattico del corso di studio.

Per tutti gli studenti, inoltre, l'accesso è condizionato al possesso di requisiti curriculari, definiti nel regolamento didattico del corso di studio. Indipendentemente dai requisiti curriculari, per tutti gli studenti è prevista una verifica della personale preparazione, con modalità definite nel regolamento didattico. Non sono consentiti debiti formativi, ovvero obblighi

formativi aggiuntivi, al momento dell'accesso.



QUADRO A3.b

Modalità di ammissione

20/05/2024

In ottemperanza al bando di valutazione pubblicato sul sito dell'Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia e del Dipartimento di Comunicazione ed Economia, tutti i candidati presentano una domanda di valutazione con cui si esamina la carriera universitaria pregressa e si verifica il possesso dei requisiti curriculari, delle conoscenze e delle competenze richieste e della personale preparazione.

Per ottenere l'idoneità dei requisiti curriculari occorre il titolo di laurea nelle seguenti classi: di Lettere (L-10; LT 5, DM 04 Agosto 2000), Lingue e Culture Moderne (L-11; LT 11, DM 04 Agosto 2000), Scienze dell'Amministrazione e dell'Organizzazione (L-16; LT 19, DM 04 Agosto 2000) Scienze dell'Economia e della Gestione Aziendale (L-18; LT 17, DM 04 Agosto 2000), Scienze della Comunicazione (L-20; LT 14, DM 04 Agosto 2000), Scienze Politiche e delle Relazioni Internazionali (L-36.; LT 15, DM 04 Agosto 2000), Sociologia (L-40; LT 36, DM 04 Agosto 2000). Gli studenti provenienti da altre classi di laurea rispetto a quelle indicate dovranno aver acquisito con la laurea una dotazione minima di 15 CFU nei settori scientifico disciplinari SECS-P/07, SECS-P/08, SECS-P/10, 9 CFU nei settori M-PSI/01, M-PSI/05, M-PSI/06, 9 CFU nei settori INF/01, ING-INF/05. Tutti i candidati dovranno comunque avere una buona conoscenza della lingua inglese, comprovata dall'acquisizione di 6 CFU nel SSD L-LIN/12 con votazione in trentesimi nelle precedente carriera universitaria o dal possesso di una certificazione linguistica di Lingua Inglese di livello B1 o superiore.

Il test per la valutazione dell'adeguatezza della personale preparazione è composto di 45 domande a risposta multipla e la personale preparazione si considera adeguata con un punteggio con inferiore a 18/45.

Sul bando di ammissione e sul sito web del Dipartimento di Comunicazione ed Economia sono indicate le date delle prove, i programmi ed i libri di testo consigliati per il test di valutazione dell'adeguatezza della personale preparazione.

Link: <https://www.dce.unimore.it/it/didattica/corsi-di-laurea-magistrale-informazioni-general/corso-di-laurea-magistrale-management-e>



QUADRO A4.a

Obiettivi formativi specifici del Corso e descrizione del percorso formativo

29/04/2014

Il corso di laurea magistrale in 'Management e Comunicazione d'Impresa' si propone di dotare lo studente delle conoscenze e delle capacità per la pianificazione strategica delle attività d'impresa e per la coerente progettazione della comunicazione esterna ed interna. Sono pertanto proposti sia sul piano teorico che su quello operativo le principali metodologie per l'analisi del posizionamento competitivo e per la redazione dei piani d'azione strategica, con la presentazione degli approcci alle attività di business planning e degli strumenti di comunicazione obbligatoria e volontaria attraverso i quali implementare le linee di indirizzo. La conoscenza delle metodologie per l'analisi e il monitoraggio dei mercati e per lo studio degli atteggiamenti e delle opinioni costituiscono un'ulteriore area di approfondimento degli studi, funzionale all'acquisizione delle capacità necessarie per la definizione di adeguati piani strategici e di comunicazione esterna. Lo studio della psicologia delle organizzazioni e degli approcci alla gestione delle risorse umane, con la

presentazione degli strumenti per il coordinamento delle relazioni di lavoro, rappresentano il naturale completamento delle conoscenze necessarie per garantire coerenza tra le scelte di posizionamento strategico, la comunicazione esterna e quella interna d'impresa.

Il percorso formativo prevede nel primo anno l'acquisizione delle conoscenze teoriche di base, con lo studio delle discipline di economia e gestione delle imprese, di economia d'azienda, statistica e diritto dell'economia. Il corso di laurea propone al secondo anno specifici percorsi consigliati, nei quali gli studenti arricchiranno le loro conoscenze relative all'attività gestione d'impresa, comunicazione finanziaria, costruzione d'immagine e sociologia dei consumi. Nello specifico, un percorso è finalizzato all'apprendimento del significato e delle tecniche della comunicazione economica e finanziaria delle imprese, intesa come complesso delle informazioni sull'evoluzione degli equilibri e dei risultati reddituali, finanziari e patrimoniali dell'impresa trasmessi dalla direzione aziendale a molteplici portatori di interessi. Oggetto di studio sono gli obiettivi, gli strumenti e la regolamentazione della comunicazione economica e finanziaria, a cui si affianca il necessario approfondimento delle logiche valutative e operative dei principali interlocutori finanziari delle imprese. Il secondo approfondisce le conoscenze e affina le capacità di progettazione delle campagne di comunicazione, organizzazione di eventi, gestione dell'immagine e dell'identità di marca e di progettazione ed implementazione di un piano di comunicazione integrata destinato agli attori economici e istituzionali del contesto ambientale di riferimento. Sia nel primo che nel secondo anno gli studenti hanno la possibilità di svolgere altre attività formative a contenuto sperimentale e laboratoriale e/o di avviare un percorso di tirocinio che permetta loro di verificare e consolidare le capacità acquisite nel mondo del lavoro. Possono inoltre sin dal primo anno scegliere un percorso di approfondimento autonomo delle conoscenze attraverso le attività a libera scelta. Già al termine del primo anno gli studenti saranno infine invitati a proporre il percorso teorico e sperimentale previsto per la prova finale con la discussione degli obiettivi di studio che si propongono e delle metodologie di analisi che intendono adottare con un'apposita commissione.

L'attività didattica sarà organizzata con lezioni frontali sempre integrate con esercitazioni e simulazione nella gestione di casi d'impresa. I risultati di apprendimento saranno verificati con prove scritte e colloqui orali, affiancati dalla valutazione di project work realizzati individualmente o in gruppo e dalle discussioni in aula di casi di studio. Oltre alle lezioni frontali gli studenti dovranno, tra le altre attività, prevedere progetti di laboratorio durante i quali, sotto la supervisione di un tutor scientifico, e lavorando in piccoli gruppi, potranno verificare ed approfondire la loro capacità di applicazione delle conoscenze tramite l'autonoma realizzazione di progetti finalizzati, quali la stesura di un piano strategico, la progettazione di una campagna di comunicazione ecc. Durante le attività laboratoriali, il confronto con interlocutori esterni del mondo del lavoro ai quali saranno presentati i risultati delle attività svolte, permetteranno di verificare lo sviluppo delle capacità comunicative nonché il rafforzamento della capacità critica di giudizio.

La prova finale costituisce infine un percorso di apprendimento individuale con il quale lo studente ed il tutor verificano le conoscenze e le capacità acquisite. La preparazione della tesi richiede infatti una parte dedicata alla formulazione di un quadro di riferimento teorico per l'elaborazione del modello interpretativo del problema di ricerca, una parte sperimentale accompagnata da un'indicazione critica delle metodologie disponibili e di quella prescelta per l'analisi empirica del tema e la discussione dei risultati ottenuti.

	<b>Conoscenza e comprensione, e Capacità di applicare conoscenza e comprensione: Sintesi</b>
--	--

<b>Conoscenza e capacità di comprensione</b>		
<b>Capacità di applicare conoscenza e comprensione</b>		

## Area delle conoscenze preliminari e trasversali

### Conoscenza e comprensione

Attività formative preliminari e trasversali permetteranno agli studenti di acquisire le conoscenze teoriche e metodologiche a supporto degli approfondimenti disciplinari in area economica e gestionale che caratterizzano il corso di laurea magistrale. Gli studenti, al termine di tali attività formative, dovranno essere in grado di conoscere e comprendere:

- la terminologia tecnico-scientifica relativa e i principali strumenti di analisi statistica dei dati e delle informazioni di mercato;
- gli strumenti dell'analisi economica del diritto e delle principali norme giuridiche, nazionali ed internazionali, che regolano i mercati;
- i principali approcci teorici e metodologici necessari alla realizzazione di artefatti tecnologici, gestionali e comunicativi innovativi, accessibili e sostenibili;
- i principali modelli teorici elaborati a partire dalla ricerca psico-sociale nel campo della comunicazione, del cambiamento degli atteggiamenti e del comportamento;
- le principali tematiche della psicologia delle decisioni con particolare riferimento all'ambito economico e saranno in grado di utilizzarle per la comprensione dei contenuti affrontati in altre attività formative

### Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Nell'ambito delle attività formative preliminari e trasversali, anche con il ricorso a forme di didattica sperimentale e di laboratorio, gli studenti dovranno essere in grado di:

- tradurre ipotesi di ricerca in analisi statistiche, svolgere tali analisi con l'aiuto di un software statistico e interpretarne i risultati in termini sostantivi;
- applicare le norme fondamentali della Costituzione in tema di economia;
- applicare i metodi e i fondamenti della Psicologia Applicata per la progettazione di servizi, organizzazioni e prodotti sostenibili e innovativi;
- riconoscere i processi cognitivi alla base del cambiamento degli atteggiamenti e dei comportamenti per la progettazione di campagne e azioni di comunicazione informativa e persuasiva;
- riconoscere le principali euristiche decisionali in ambiente economico.

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

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

Analisi statistica dei dati per la ricerca di mercato [url](#)

Diritto dell'economia dei mercati [url](#)

Psicologia applicata [url](#)

Psicologia della persuasione [url](#)

Tecniche di raccolta dei dati [url](#)

## Area delle conoscenze di gestione strategica, finanziaria e delle risorse umane

### Conoscenza e comprensione

Le attività formative di questa area di apprendimento consentiranno agli studenti di acquisire le principali conoscenze di gestione dell'impresa e di formulazione e valutazione delle linee strategiche. In particolare, gli studenti saranno in grado di conoscere e comprendere:

- le possibili opzioni competitive e di sviluppo di cui dispongono le imprese che operano lungo la filiera dei beni di largo e generale consumo;
- gli strumenti per l'analisi critica dei piani d'impresa e per la valutazione dell'idoneità degli strumenti di controllo nell'attuazione delle scelte strategiche. Acquisiranno inoltre la capacità di interpretazione delle relazioni esistenti tra strategia e performance;
- i principali strumenti a disposizione per la realizzazione di tutte le fasi utili ai fini della produzione di un piano di marketing;
- le basi della finanza, i costi e i benefici della comunicazione finanziaria, le norme di legge e regolamentari che la disciplinano, gli strumenti, gli attori e i destinatari della stessa;
- i principali strumenti finanziari, i rispettivi mercati di negoziazione e le più importanti regole di negoziazione;
- le principali concezioni di organizzazione utili alla spiegazione dei fenomeni organizzativi e all'analisi delle relazioni di lavoro;
- i più nuovi approcci alla gestione delle risorse umane per comprendere processi e strumenti a disposizione delle organizzazioni per attrarre, motivare e trattenere le persone.

### **Capacità di applicare conoscenza e comprensione**

Le conoscenze acquisite nell'area della gestione strategica, finanziaria e delle risorse umane, con il ricorso a strumenti di didattica anche sperimentale e con interventi seminariali di esperti del mondo economico, consentiranno agli studenti di:

- affrontare la letteratura sul tema dell'analisi strategica e approssicare in modo corretto i casi empirici di posizionamento competitivo;
- individuare in modo autonomo strumenti di raccolta ed approfondimento delle informazioni di mercato e di definizione delle linee strategiche ed operative di marketing;
- formulare e valutare le scelte strategiche nelle organizzazioni pubbliche e private;
- progettare, attuare e valutare i flussi informativi fra l'impresa e i suoi finanziatori;
- affrontare la lettura dei principali indicatori degli strumenti finanziari a disposizione delle imprese con un atteggiamento critico relativamente a regole e normative di riferimento;
- applicare i metodi di progettazione organizzativa utili al fine del disegno dei sistemi di gestione delle risorse umane;
- analizzare le principali problematiche che le imprese affrontano nella gestione dei rapporti con il mercato del lavoro e nella gestione delle risorse umane.

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

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

Analisi statistica dei dati per la ricerca di mercato [url](#)

Analisi strategica per il posizionamento competitivo [url](#)

Business planning e controllo strategico [url](#)

Diritto delle risorse umane [url](#)

Gestione della comunicazione finanziaria [url](#)

Gestione delle risorse umane [url](#)

Organizzazione delle relazioni di lavoro [url](#)

## **Area delle conoscenze per la rendicontazione economica e finanziaria**

### **Conoscenza e comprensione**

Le attività formative di questa area di apprendimento consentiranno agli studenti di acquisire le conoscenze analitiche per la produzione e la lettura degli strumenti di rendicontazione economica e finanziaria obbligatoria e non. In particolare, gli studenti saranno in grado di conoscere e comprendere:

- la rilevanza delle informazioni economico-finanziarie per stakeholder interni e esterni, la loro struttura e composizione;
- le principali tipologie di intermediari finanziari e le forme tecniche di finanziamento delle imprese;
- i processi di valutazione sotto il profilo etico delle decisioni e dei comportamenti delle imprese, oltre che le principali teorie e approcci in tema di responsabilità e di etica d'impresa
- i principali strumenti di analisi delle performance economiche e finanziarie dei gruppi di imprese;
- le principali operazioni di finanza straordinaria, con le implicazioni strategiche delle opzioni di scelta praticate.

### **Capacità di applicare conoscenza e comprensione**

Le conoscenze acquisite nell'area di apprendimento della rendicontazione economica e finanziaria, con il ricorso a strumenti di didattica anche sperimentale, di esercitazioni e lavori di gruppo, consentiranno agli studenti di:

- produrre e leggere il bilancio nonché degli altri strumenti comunicativi da cui trarre informazioni economico finanziarie per le decisioni, anche di natura strategica, e nell'attività gestionale;
- distinguere le caratteristiche degli intermediari finanziari, individuandone le differenze operative e capire il ruolo della comunicazione e dell'informativa tra i diversi soggetti del rapporto creditizio;
- affinare e ad applicare senso critico e capacità di discernimento nel valutare le strategie, le politiche di responsabilità sociale, i codici etici e le altre enunciazioni di valore espresse dalle diverse imprese;
- leggere e interpretare in modo critico il bilancio consolidato di gruppi di imprese;
- riconoscere e valutare, anche in termini di convenienza economica, le operazioni di finanza straordinaria.

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

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

Bilancio e modelli di reporting [url](#)

Finanza per la crescita [url](#)

Strategia e management della sostenibilità [url](#)

Strumenti e mercati finanziari [url](#)

## **Area delle conoscenze per la pianificazione ed implementazione delle attività di marketing e comunicazione d'impresa**

### **Conoscenza e comprensione**

Le attività formative di questa area di apprendimento consentiranno agli studenti di acquisire le conoscenze analitiche per la pianificazione dell'attività di marketing e di comunicazione d'impresa, con la relativa definizione degli strumenti operativi idonei alla sua implementazione. In particolare, gli studenti saranno in grado di conoscere e comprendere:

- l'essenza del concetto di marca; le modalità di analisi dell'identità e dell'immagine di marca;
- le possibili strategie applicabili in termini di architettura del portafoglio di marca;
- le linee-guida per lo sviluppo di strategie di crescita del portafoglio di marca;
- i diversi approcci concettuali e metodologici all'analisi del valore della marca;
- un piano media o, qualora esso fosse fornito o osservato dall'esterno, di interpretarne le strategie di fondo e di compierne una analisi critica;
- i diversi i modelli teorici relativi all'approccio manageriale alla creatività e all'organizzazione dell'innovazione;
- il dibattito sull'evoluzione della disciplina del marketing e i principali modelli per lo studio dei modelli di acquisto e consumo degli acquirenti.

## Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Le conoscenze acquisite in questa area di apprendimento, con il ricorso a strumenti di didattica anche sperimentale, di esercitazioni e lavori di gruppo, consentiranno agli studenti di:

- utilizzare le principali tecniche di analisi dell'immagine di marca (qualitative e quantitative);
- applicare le corrette tecniche di analisi del portafoglio di marca e i relativi criteri per una revisione dello stesso; progettare ed applicare attività di analisi dei risultati conseguiti attraverso una determinata strategia di marca;
- formulare un piano di comunicazione in tutti i passaggi necessari: definizione di obiettivi e budget; scelta di attività, strumenti e veicoli di comunicazione; monitoraggio dei risultati conseguiti;
- applicare le teorie e i modelli appresi per analizzare le fondamentali problematiche di natura organizzativa ed economica relativi all'innovazione e alla creatività;
- distinguere i molteplici approcci alle attività strategiche ed operative di marketing e applicare i principali modelli per lo studio dei comportamenti d'acquisto e consumo.

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

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

Comunicazione pubblicitaria e immagine di marca [url](#)

Marketing and Management Camp [url](#)

Organizzazione e management della cultura e della creatività [url](#)

Pianificazione della comunicazione d'impresa [url](#)

Scenari economici e competitivi [url](#)

Storia dei consumi e modelli di marketing [url](#)



QUADRO A4.c

Autonomia di giudizio  
Abilità comunicative  
Capacità di apprendimento

### Autonomia di giudizio

I laureati in Management e Comunicazione d'Impresa devono, all'interno di organizzazioni economiche profit e non profit e di organizzazioni istituzionali, essere in grado di:

- valutare le alternative da inserire nel piano strategico/ di business/marketing, analizzarne la sostenibilità, con la relativa indicazione dei risultati attesi da ciascuna e dei limiti e delle opportunità legate alla loro implementazione. A seconda delle specificità del contesto di riferimento, i laureati dovranno essere in grado di formulare giudizi di convenienza in merito alle differenti opzioni strategiche ed agli strumenti di comunicazione disponibili;
- valutare le performance delle linee d'azione strategiche intraprese, attraverso la lettura e l'interpretazione degli indicatori prescelti, con riferimento sia ad analisi preventive che consuntive;
- valutare e selezionare il mix comunicativo più opportuno in funzione delle linee strategiche intraprese e controllare le performance e l'efficacia degli strumenti prescelti;
- valutare e selezionare, in funzione degli obiettivi attesi, gli strumenti della comunicazione economica più idonei alla diffusione delle informazioni, a seconda delle differenti classi di interlocutori, interni ed esterni;
- selezionare, in funzione del contesto economico e sociale di riferimento, degli

obiettivi di rilevazione e delle risorse economiche disponibili, le idonee metodologie per la rilevazione ed il monitoraggio degli atteggiamenti e delle opinioni dei portatori d'interesse.

Gli studenti matureranno progressivamente autonomia di giudizio attraverso le attività di gruppo e le esercitazioni previste negli insegnamenti e potranno, attraverso le attività a libera scelta, approfondire la loro preparazione in vista della prova finale. Quest'ultima costituisce infatti un percorso alla cui progettazione gli studenti sono chiamati al termine del primo anno, con la presentazione degli obiettivi da perseguire e delle metodologie da adottare. E' in questo contesto che sarà possibile verificare in modo incrementale e continuativo la capacità di organizzare un progetto sulla base delle conoscenze di base già acquisite e definire modalità di raccolta e gestione delle informazioni.

**Abilità comunicative**

I laureati devono, all'interno di organizzazioni economiche profit e non profit e di organizzazioni istituzionali, essere in grado di:

- presentare, discutere e sostenere i piani di indirizzo strategico a tutti i portatori d'interesse interni ed esterni con capacità argomentative e metodologie di comunicazione idonee ai target di riferimento;
- presentare e discutere gli strumenti di comunicazione economica esterni ed interni, obbligatori e volontari;
- presentare, discutere ed argomentare la selezione dei parametri di controllo e monitoraggio dei risultati dei piani d'indirizzo strategico e di comunicazione integrata;
- presentare, discutere e sostenere le scelte di valutazione degli atteggiamenti e delle opinioni di tutti i principali portatori d'interesse, come strumento di monitoraggio dei risultati.

Le abilità comunicative degli studenti saranno costantemente monitorate attraverso le esercitazioni, le presentazioni di lavori di gruppo ed i colloqui orali previsti nelle attività formative caratterizzanti ed affini e integrative e nella prova finale.

**Capacità di apprendimento**

L'organizzazione dell'attività didattica prevede durante il corso e/o come modalità per il superamento della prova di profitto lo svolgimento di attività individuali o di gruppo idonee a stimolare il coinvolgimento degli studenti e la partecipazione attiva ad iniziative coordinate dai docenti ed eventualmente supportate da operatori professionali. Tra queste si citano la realizzazione di project work con discussione e presentazione, anche pubblica, dei risultati, l'esecuzione di progetti reali o simulati da realizzare individualmente e/o in team e la discussione in aula di casi di studio. La prova finale consiste in una tesi con una parte dedicata alla formulazione di un quadro di riferimento teorico per l'elaborazione del modello interpretativo del problema di ricerca, una parte sperimentale accompagnata da un'indicazione critica delle metodologie disponibili e di quella prescelta per l'analisi empirica del tema e la discussione dei risultati ottenuti. La scelta di queste soluzioni didattiche' consente allo studente di acquisire e perfezionare un'autonoma capacità di ulteriore approfondimento dei temi ritenuti utili o necessari durante l'inserimento lavorativo o nei successivi studi di specializzazione e alta formazione, di avviare nuovi progetti con una indicazione critica degli obiettivi, dei contenuti e delle metodologie acquisite o da

implementare, di scegliere in modo critico, anche in funzione del tempo e delle risorse disponibili, i percorsi di approfondimento più idonei a fronte di nuove esigenze conoscitive.



QUADRO A4.d

Descrizione sintetica delle attività affini e integrative

13/06/2022

Le attività affini ed integrative sono finalizzate all'acquisizione di competenze nell'ambito della psicologia cognitiva e sociale. In particolare, le attività affini sono finalizzate a dotare gli studenti delle conoscenze teoriche e metodologiche relative alla comunicazione persuasiva ed ai conseguenti cambiamenti di atteggiamento e comportamento, ai processi decisionali in ambiente economico, ai principali modelli per la progettazione di idonei strumenti per la raccolta dei dati di giudizio, scelta e comportamentali d'acquisto. Infine un insegnamento è dedicato all'attività di user experience design al fine di fornire i fondamenti teorici e i principali approcci metodologici e strumenti applicativi utili ai fini della corretta progettazione comunicativa e commerciale per un'innovativa interazione con utenti e acquirenti e, di conseguenza, per un efficace posizionamento competitivo.



QUADRO A5.a

Caratteristiche della prova finale

La prova finale consiste nella predisposizione e nella discussione di una tesi. La tesi deve essere composta di una parte di rassegna teorica, di una parte di descrizione della metodologia di analisi adottata e di una parte sperimentale; deve essere coerente con gli obiettivi formativi specifici del corso di laurea magistrale. Durante la discussione della tesi il laureando deve dimostrare di essere in grado di sostenere in modo critico ed argomentato le proprie posizioni e di disporre di adeguate capacità comunicative.



QUADRO A5.b

Modalità di svolgimento della prova finale

27/05/2024

La prova finale consiste nella predisposizione e nella discussione di una tesi. La tesi può essere composta di una parte di rassegna teorica, di una parte di descrizione della metodologia di analisi adottata e di una parte presentazione e discussione dei risultati dell'attività di ricerca e deve essere coerente con gli obiettivi formativi specifici del corso di laurea magistrale. Durante la discussione della tesi il laureando deve dimostrare di essere in grado di sostenere in modo critico ed argomentato le proprie posizioni e di disporre di adeguate capacità comunicative.

Le commissioni giudicatrici per la prova finale sono nominate dal Direttore del Dipartimento e sono composte secondo

criteri di adeguata rappresentanza dei settori scientifico disciplinari che caratterizzano il cdlm, e sono composte da almeno 7 membri.

Le tesi vengono valutate secondo i seguenti criteri:

- esaustività e livello di approfondimento della rassegna teorica e bibliografica;
- livello delle conoscenze metodologiche acquisite;
- capacità di produzione di analisi empiriche e/o sperimentali accurate;
- originalità dei risultati raggiunti;
- accuratezza nella redazione;
- autonomia critica di giudizio.

La Commissione giudicatrice assegna all'esame di laurea un punteggio da 0 a 9 (cfr link al regolamento).

Link: <https://www.dce.unimore.it/it/didattica/organizzazione-didattica/tesi-di-laurea> ( Tesi di laurea - Disposizioni e regolamenti )



▶ QUADRO B1

Descrizione del percorso di formazione (Regolamento Didattico del Corso)

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Regolamento didattico CdS

Link: <https://www.dce.unimore.it/it/didattica/corsi-di-laurea-magistrale-informazioni-general/corso-di-laurea-magistrale-management-e>

▶ QUADRO B2.a

Calendario del Corso di Studio e orario delle attività formative

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

▶ QUADRO B2.b

Calendario degli esami di profitto

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

▶ QUADRO B2.c

Calendario sessioni della Prova finale

<https://www.dce.unimore.it/it/didattica/organizzazione-didattica/tesi-di-laurea>

▶ QUADRO B3

Docenti titolari di insegnamento

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

N.	Settori	Anno di corso	Insegnamento	Cognome Nome	Ruolo	Crediti	Ore	Docente di riferimento per corso
1.	SECS-S/01	Anno di	Analisi statistica dei dati per la ricerca di mercato <a href="#">link</a>	MARTINI MARIA	PA	9	72	

		corso 1		CRISTIANA <a href="#">CV</a>				
2.	SECS- P/08	Anno di corso 1	Analisi strategica per il posizionamento competitivo <a href="#">link</a>	RAVAZZONI ROBERTO <a href="#">CV</a>	PO	6	48	
3.	SECS- P/08	Anno di corso 1	Analisi strategica per il posizionamento di marketing <a href="#">link</a>	GALLI GIOVANNA <a href="#">CV</a>	PO	6	48	
4.	SECS- P/07	Anno di corso 1	Business planning e controllo strategico <a href="#">link</a>	DI TOMA PAOLO <a href="#">CV</a>	PO	6	48	
5.	IUS/05	Anno di corso 1	Diritto dell'economia dei mercati <a href="#">link</a>	LEMME GIULIANO <a href="#">CV</a>	PO	9	72	
6.	IUS/07	Anno di corso 1	Diritto delle risorse umane <a href="#">link</a>	LEVI ALBERTO <a href="#">CV</a>	PO	3	24	
7.	SECS- P/11	Anno di corso 1	Gestione della comunicazione finanziaria <a href="#">link</a>				12	
8.	SECS- P/10	Anno di corso 1	Gestione delle risorse umane <a href="#">link</a>	SCAPOLAN ANNA CHIARA <a href="#">CV</a>	PA	6	48	
9.	SECS- P/11	Anno di corso 1	M1 ( <i>modulo di Gestione della comunicazione finanziaria</i> ) <a href="#">link</a>	FERRETTI RICCARDO <a href="#">CV</a>	PO	6	48	
10.	M- PSI/05	Anno di corso 1	M1 - Psicologia della persuasione ( <i>modulo di Psicologia applicata</i> ) <a href="#">link</a>	GRAZIANI ANNA RITA <a href="#">CV</a>	PA	6	48	
11.	SECS- P/11	Anno di corso 1	M2 ( <i>modulo di Gestione della comunicazione finanziaria</i> ) <a href="#">link</a>	FERRETTI RICCARDO <a href="#">CV</a>	PO	6	48	
12.	M- PSI/01	Anno di corso 1	M2 - User experience design ( <i>modulo di Psicologia applicata</i> ) <a href="#">link</a>	MARIANI MICHELE <a href="#">CV</a>	RU	6	48	

13.	SECS-P/08	Anno di corso 1	Marketing and Management Camp <a href="#">link</a>	MELIOLI ANDREA <a href="#">CV</a>	ID	9	72
14.	M-PSI/01 M-PSI/05	Anno di corso 1	Psicologia applicata <a href="#">link</a>			12	
15.	SECS-P/11	Anno di corso 1	Strumenti e mercati finanziari <a href="#">link</a>	VEZZANI PAOLA <a href="#">CV</a>	PO	12	96
16.	SECS-P/07	Anno di corso 2	Bilancio e modelli di reporting <a href="#">link</a>			9	
17.	SECS-P/08	Anno di corso 2	Comunicazione pubblicitaria e immagine di marca <a href="#">link</a>			6	
18.	SECS-P/11	Anno di corso 2	Finanza per la crescita <a href="#">link</a>			6	
19.	SECS-P/01	Anno di corso 2	Modulo 1 ( <i>modulo di Scenari economici e competitivi</i> ) <a href="#">link</a>			6	
20.	SECS-P/01	Anno di corso 2	Modulo 1 - Storia dei consumi e modelli di marketing ( <i>modulo di Storia dei consumi e modelli di marketing</i> ) <a href="#">link</a>			6	
21.	SECS-P/06	Anno di corso 2	Modulo 2 ( <i>modulo di Scenari economici e competitivi</i> ) <a href="#">link</a>			6	
22.	SECS-P/06	Anno di corso 2	Modulo 2 - Storia dei consumi e modelli di marketing ( <i>modulo di Storia dei consumi e modelli di marketing</i> ) <a href="#">link</a>			6	
23.	SECS-P/10	Anno di corso 2	Organizzazione e management della cultura e della creatività <a href="#">link</a>			6	
24.	SECS-P/08	Anno di	Pianificazione della comunicazione d'impresa <a href="#">link</a>			9	

		corso 2				
25.	SECS- P/01 SECS- P/06	Anno di corso 2	Scenari economici e competitivi <a href="#">link</a>			12
26.	SECS- P/01 SECS- P/06	Anno di corso 2	Storia dei consumi e modelli di marketing <a href="#">link</a>			12
27.	SECS- P/07	Anno di corso 2	Strategia e management della sostenibilità <a href="#">link</a>			6
28.	M- PSI/05	Anno di corso 2	Tecniche di raccolta dei dati <a href="#">link</a>			6
29.	NN NN	Anno di corso 2	Tirocinio/altre attività <a href="#">link</a>			6



QUADRO B4

Aule

Descrizione link: L'organizzazione logistica della sede del dipartimento

Link inserito: <https://www.dce.unimore.it/it/dove-siamo>



QUADRO B4

Laboratori e Aule Informatiche

Descrizione link: L'organizzazione logistica della sede del dipartimento

Link inserito: <https://www.dce.unimore.it/it/dove-siamo>



QUADRO B4

Sale Studio

Descrizione link: L'organizzazione logistica della sede del dipartimento

Link inserito: <https://www.dce.unimore.it/it/dove-siamo>

▶ QUADRO B4

Biblioteche

Descrizione link: L'organizzazione logistica della sede del dipartimento

Link inserito: <https://www.dce.unimore.it/it/dove-siamo>

▶ QUADRO B5

Orientamento in ingresso

I servizi e le attività di orientamento allo studio universitario sono rivolti agli studenti provenienti da corsi di laurea triennali erogati dal Dipartimento di Comunicazione ed Economia, da altri Dipartimenti dell'Ateneo e da altri Atenei italiani. 20/05/2024  
L'attività di orientamento in ingresso consiste in un servizio di consulenza orientativa personalizzata e/o su appuntamento per tutti gli studenti interessati ad iscriversi ai corsi di laurea del Dipartimento di Comunicazione ed Economia.  
In dettaglio, tali attività forniscono una descrizione completa dei principali contenuti degli insegnamenti dei corsi di studio (Coordinatore didattico) e una valutazione preventiva e personale del livello di conoscenze iniziali finalizzata all'indicazione delle modalità di recupero debiti eventualmente necessaria prima dell'iscrizione (docenti referenti delle valutazioni di carriera).

Nel caso di studenti lavoratori l'orientamento in ingresso include anche valutazioni sulla corrispondenza tra il percorso formativo offerto e l'effettivo ambito occupazionale e sulle opportunità di arricchimento delle competenze per finalità lavorative (docenti referenti delle valutazioni di carriera).

Inoltre viene offerto un evento di Ateneo Unimore Orienta) di presentazione delle lauree magistrali ed uno di Dipartimento (Mi Piace Unimore Incontri in Università), gestito dai Presidenti di corso di laurea del Dipartimento di Comunicazione ed Economia, coordinati dal delegato di dipartimento all'orientamento, durante i quali viene distribuito materiale informativo relativo alle lauree magistrali presentate (Guide di Dipartimento).

Link inserito: <https://www.dce.unimore.it/it/node/148>

▶ QUADRO B5

Orientamento e tutorato in itinere

Il tutorato è un servizio offerto dall'Ateneo, a cui aderisce il Dipartimento con l'obiettivo di orientare ed assistere gli studenti lungo tutto il percorso formativo, per supportare una completa inclusione e partecipazione alle attività formative, rimuovendo gli ostacoli e le difficoltà legate all'inserimento nel mondo universitario e alla gestione della carriera di studio. 28/05/2024

Il Dipartimento di Comunicazione ed Economia offre tre tipologie di tutor.

Gli Studenti Tutor d'Aula fungono da raccordo tra studenti e docenti, per l'individuazione di eventuali criticità emergenti e relative all'organizzazione dell'attività didattica, ad eventuali difficoltà nei contenuti degli insegnamenti o di relazione con il docente. I tutor d'aula si presentano all'inizio delle lezioni degli insegnamenti che sono tenuti a monitorare e costituiscono un punto di riferimento per tutti i colleghi che intendano fare richieste e segnalazioni.

Il servizio SOS Tutor consiste in un'attività di orientamento e supporto allo studio realizzato da studenti di laurea magistrale. Gli studenti possono rivolgersi al Tutor per organizzare e programmare un metodo di studio, chiarire dubbi sulle materie di base, avere un supporto nella preparazione degli esami, avere un tramite efficace con i docenti.

La figura del Docente Tutor affianca gli studenti, fornendo loro un supporto metodologico-didattico utile a superare eventuali difficoltà nello studio (per esempio: programmare le attività per la preparazione di un esame, coordinare la comprensione dei contenuti delle diverse discipline, organizzare l'attività di autoapprendimento durante un semestre o un anno di corso, ecc.).

L'attività di tutoraggio prevede inoltre il monitoraggio in itinere delle carriere degli studenti al termine del primo semestre del I anno. A tutti gli studenti che, in questa fase, risultano in grave difetto di cfu maturati viene inviata una mail per fissare un appuntamento finalizzato ad indagare le eventuali difficoltà e valutare l'opportunità di una assistenza personalizzata. Infine, il coordinatore didattico svolge attività di orientamento in itinere e di ascolto privato secondo orari e giorni pubblicati sul sito di dipartimento.

Link inserito: <https://www.dce.unimore.it/it/servizi/tutorato>



QUADRO B5

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

Il Dipartimento di Comunicazione ed Economia promuove e gestisce l'offerta di tirocini formativi e di orientamento (stage) <sup>20/05/2024</sup> per i propri studenti e per i laureati che abbiano conseguito il titolo da non più di 12 mesi, presso imprese ed istituzioni locali, nazionali ed estere.

Lo scopo è quello di realizzare momenti di alternanza fra studio e lavoro nell'ambito dei processi formativi dei propri studenti e agevolare le scelte professionali dello studente/laureato mediante la conoscenza del mondo del lavoro.

Per gli studenti le attività svolte durante il periodo di tirocinio attribuiscono il riconoscimento di CFU e possono diventare oggetto di tesi di laurea.

Le aziende possono:

- contribuire con il know how e l'esperienza alla formazione degli studenti e dei neolaureati;
- presentare la propria azienda ad un gruppo di giovani laureandi e neo laureati desiderosi di confrontarsi con il mondo del lavoro, organizzando una presentazione in Dipartimento della propria azienda;
- inserire nell'organico dell'azienda un laureando per un periodo di tempo definito e concordato, durante il quale permettergli di sperimentare 'sul campo' le conoscenze accademiche acquisite e valutarlo per una eventuale collaborazione successiva.

Gli ambiti di inserimento degli studenti in Management e Comunicazione d'Impresa del Dipartimento di Comunicazione ed Economia sono:

- ufficio commerciale, marketing, acquisti, amministrazione, controllo di gestione
- ufficio del personale (selezione, formazione, valutazione)
- area funzionale per la gestione della comunicazione esterna
- ufficio Stampa e rapporti con l'esterno

Link inserito: <https://www.dce.unimore.it/it/servizi/stage>



QUADRO B5

Assistenza e accordi per la mobilità internazionale degli studenti



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

devono invece essere inserite nel campo apposito "Corsi interateneo".

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

Il Dipartimento aderisce al programma Erasmus plus che permette agli studenti di trascorrere un periodo di studio presso università europee e non convenzionate. Il periodo può variare da tre a dodici mesi durante i quali lo studente può sostenere esami presso l'università straniera.

Il Dipartimento è la struttura di riferimento per gli studenti in tutte le fasi del programma di scambio, grazie all'attività della Commissione Relazioni Internazionali e al supporto del personale tecnico amministrativo responsabile dell'area internazionalizzazione. Il Delegato di Dipartimento alle Relazioni Internazionali è impegnato nella diffusione delle informazioni relative al programma, nella valutazione del percorso di carriera e della preparazione linguistica degli studenti e nella definizione delle sedi di destinazione. Assiste, con gli uffici, gli studenti in ogni fase della loro mobilità, si occupa dell'accoglienza di studenti e docenti stranieri e fornisce costante e tempestiva consulenza relativamente al riconoscimento dell'attività didattica svolta all'estero e all'aggiornamento dei piani di studio. Il personale tecnico amministrativo responsabile di questa attività segue tutte le procedure amministrative antecedenti, concomitanti e successive al periodo di permanenza all'estero.

Di seguito sono indicate le convenzioni in vigore, tutte rinnovate, rispetto alla data di prima stipula, nel gennaio del 2022.

Link inserito: <https://www.dce.unimore.it/it/internazionalizzazione>

n.	Nazione	Ateneo in convenzione	Codice EACEA	Data convenzione	Titolo
1	Bulgaria	University Of National And World Economy	81915-EPP-1-2014-1-BG-EPPKA3-ECHE	26/11/2013	solo italiano
2	Cipro	University of Nicosia		11/11/2013	solo italiano
3	Colombia	Universidad de Monterrey		24/02/2022	solo italiano
4	Francia	Ecole Supérieure des Sciences Commerciales D'Angers ESSCA		21/11/2013	solo italiano
5	Francia	INSEEC Business School (OMNES Education Paris)		11/11/2013	solo italiano
6	Francia	INSEEC Business School (OMNES Education Paris)		28/10/2015	solo italiano
7	Francia	Université de Poitiers - Faculty of Economics		22/11/2023	solo italiano
8	Francia	Université de Poitiers - IAE		15/07/2019	solo italiano
9	Germania	Technische Universität Chemnitz		25/11/2013	solo italiano
10	Grecia	Athens University of Economics and Business		24/01/2014	solo italiano
11	Islanda	Reykjavik University		12/12/2016	solo

					italiano
12	Norvegia	University of Agder (UiA)		20/12/2013	solo italiano
13	Polonia	University of Lodz		28/11/2013	solo italiano
14	Polonia	WSB University in Torun		08/11/2013	solo italiano
15	Portogallo	IPAM - The Marketing School		12/05/2016	solo italiano
16	Portogallo	Instituto Superior de Entre Douro e Vouga		28/11/2013	solo italiano
17	Portogallo	Instituto superior de Gestao		15/11/2013	solo italiano
18	Romania	Alexandru Ioan Cuza University of Iasi/Universitatea		13/11/2013	solo italiano
19	Spagna	Universidad Carlos III de Madrid		04/10/2013	solo italiano
20	Spagna	Universitat Politecnica De Catalunya	28604-EPP-1-2014-1-ES-EPPKA3-ECHE	04/10/2013	solo italiano
21	Stati Uniti	The University of Massachussets Lowell		18/10/2022	solo italiano



QUADRO B5

Accompagnamento al lavoro

L'attività di orientamento e accompagnamento al lavoro viene gestita sia a livello di Ateneo, sia a livello di Dipartimento. <sup>20/05/2024</sup> I laureandi e i laureati del corso di studi possono rivolgersi, per l'accompagnamento al lavoro, all'Ufficio Orientamento allo Studio, Lavoro e Placement di Ateneo, che attiva diverse strategie mirate alla conoscenza del mercato del lavoro e a favorire l'incontro fra domanda e offerta di lavoro.

I laureati e laureandi possono usufruire di un servizio di orientamento personalizzato mirato all'inserimento lavorativo e di incontri con imprese, presentazioni aziendali, consultazione delle offerte di lavoro e stage per neolaureati, attivazione di tirocini post-laurea, consulenza per la compilazione del CV, per la preparazione di un colloquio e di una candidatura efficace, tecniche attive di ricerca di lavoro.

L'Ufficio Orientamento allo Studio, Lavoro e Placement fornisce un contributo significativo anche per enti e imprese interessate ad entrare in contatto con laureati dell'Ateneo, attraverso il servizio di pubblicazione di annunci sulla bacheca telematica ed il servizio di consultazione dei CV dei laureati.

Un ulteriore supporto all'attività di accompagnamento al lavoro è svolto dall'Ufficio Stage del Dipartimento. Sul portale del Dipartimento enti e imprese possono pubblicare annunci di lavoro indirizzati a laureandi e laureati del Dipartimento. Sono inoltre organizzati incontri specifici con importanti realtà aziendali interessate ad incontrare e conoscere laureandi e laureati.

L'esperienza di stage è ritenuta un'importante opportunità di introduzione al mondo del lavoro anche dagli studenti la cui quasi totalità accoglie con favore questa tipologia di attività didattica.

Il continuo e proficuo dialogo con il mondo del lavoro costituisce una solida base di confronto e di aggiornamento circa le

prospettive occupazionali degli studenti. Al termine dell'esperienza di stage vengono monitorate anche le opportunità di impiego offerte dalle organizzazioni ospitanti, pertanto il tirocinio è interpretato anche come occasione di incontro di domanda ed offerta occupazionale. Questi riscontri informano continuamente il processo di definizione di ulteriori iniziative di placement, affianco ad una sistematica lettura dei dati forniti dall'indagine Almalaurea.

Gli studenti hanno inoltre a disposizione molti Laboratori di Ricerca e progetti speciali in collaborazione con aziende (es. ICARO; BellaCoopia) che rappresentano, anch'essi, un momento di incontro col mondo del lavoro.

Link inserito: <https://www.unimore.it/it/servizi/tirocini-e-placement>



## QUADRO B5

### Eventuali altre iniziative

A partire dall'anno accademico 2017/2018, il progetto dipartimentale OneLab si è caratterizzato per fornire un supporto didattico per tutti gli studenti e in particolare per coloro che sono impossibilitati a frequentare le lezioni (es. studenti lavoratori, con figli, a distanza). La piattaforma OneLab permette allo studente di avere accesso da remoto alla registrazione delle lezioni che si sono svolte in aula. I servizi aggiuntivi di OneLab prevedono anche la possibilità di reperire i docenti da remoto, attraverso ricevimenti a distanza. 20/05/2024

Il Dipartimento di Comunicazione ed Economia partecipa ai bandi per i visiting professor dell'Ateneo con lo scopo di permettere agli studenti dei corsi di studio di integrare il loro percorso formativo con la partecipazione a lezioni e seminari tenuti da professori afferenti ad Atenei esteri.

Infine l'erogazione di insegnamenti libera scelta ad alto contenuto laboratoriale permette agli studenti di verificare e accrescere le loro capacità di applicazione delle conoscenze acquisite.

Link inserito: <https://www.dce.unimore.it/it/node/136>



## QUADRO B6

### Opinioni studenti

Le opinioni degli studenti sulla didattica per il corso di laurea magistrale in Management d'Impresa per l'anno accademico 2023-2024 confermano un livello di soddisfazione elevato, come già riscontrato anche negli anni precedenti. Solamente due indicatori non raggiungono la soglia di soddisfazione dell'80% e si tratta di D02, riguardante la proporzionalità del carico di studio ai crediti assegnati, che si attesta al 79,1% contro l'80% dell'anno precedente, e di D15, relativa al carico di studio complessivo nel periodo di riferimento, ritenuto accettabile per il 73,8% dei rispondenti, contro il 78,1% dell'anno precedente. Entrambi gli indicatori mostrano anche una flessione rispetto all'anno precedente e saranno dunque oggetto di approfondimento del CdS. Vi è invece un miglioramento per la domanda D01, relativa all'adeguatezza delle conoscenze preliminari alla comprensione dei programmi degli insegnamenti che, nell'anno accademico 2022-2023, era scesa sotto il gradimento dell'80% e che nel 2023-2024 rileva una soddisfazione dell'80,5%. Questo valore è corrispondente anche a quanto registrato nel 2021-2022. 08/09/2024

L'indicatore di soddisfazione sull'organizzazione didattica complessiva (D16) si conferma elevato con un risultato dell'80,6%, sebbene lievemente inferiore all'81,1% dell'anno accademico 2022-2023.

La soddisfazione sui singoli insegnamenti si conferma elevata, con giudizi in alcuni casi in crescita tendenziale, in un quadro complessivamente positivo. Le OPIS riconoscono il ruolo attivo del docente nello stimolare l'interesse verso la disciplina (D06) con un valore dell'84,7%, in aumento rispetto all'84,1% dell'a.a.2022-2023. La chiarezza espositiva del docente (D07) registra un apprezzamento dell'85%, lievemente inferiore, ma sostanzialmente in linea con l'anno precedente. Il rispetto degli orari di lezione, esercitazioni ed altre attività didattiche (D05) riceve un valore del 90,9% rispetto al 90,7% del 2022-2023. L'adeguatezza del materiale didattico (D03) registra un apprezzamento dell'84,7%, la chiarezza delle indicazioni sulle modalità di svolgimento dell'esame (D04) raggiunge l'87,9% e livelli di soddisfazione molto elevati

ottengono anche l'utilità delle attività didattiche integrative all'apprendimento della materia (D08), la coerenza dello svolgimento del corso con quanto dichiarato sul sito web (D09) e la reperibilità del docente per chiarimenti e spiegazioni (D10) che si attestano, rispettivamente, all'87,5%, al 92,1% ed al 91,1%. Inoltre, i rispondenti dichiarano un interesse agli argomenti trattati nel corso (D11) che si attesta all'85,1%.

In merito alle strutture, le OPIS indicano una soddisfazione dell'87,7% sull'adeguatezza delle aule in cui si svolgono le lezioni e dell'87,8% sui locali e sulle attrezzature per le attività integrative ed entrambi gli indicatori evidenziano un risultato superiore all'anno precedente. Infine, la soddisfazione complessiva sull'insegnamento (D14) registra un valore dell'86%, confermando la crescita tendenziale nel triennio.

Link inserito: <https://www.dce.unimore.it/it/node/179>

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Opinioni Studenti 2023-24



QUADRO B7

Opinioni dei laureati

08/09/2024

I dati AlmaLaurea 2024 sulla soddisfazione dei laureati in Management e Comunicazione d'Impresa si riferiscono all'anno 2023 ed a 139 intervistati su 160 laureati, pari all'87%. Gli intervistati sono di sesso femminile per il 74% e di sesso maschile per il 26%.

La soddisfazione dei laureati per il rapporto con i docenti si mantiene elevata, attestandosi complessivamente (somma valutazioni "Decisamente SI" e "Più SI che NO") al 79%, in leggera flessione con la media degli ultimi tre anni, in cui il valore è dell'82%. I risultati del CdS sono inferiori all'Area Geografica per la classe di laurea che registra un 92% nel 2023, anch'esso in linea con la media del triennio (90%), ed al dato nazionale per classe di laurea che rileva il 91%, con una media sugli ultimi tre anni del 90%.

La frequenza agli insegnamenti rileva una minore partecipazione degli studenti del CdS, rispetto al corrispondente valore dall'Area Geografica per classe di laurea ed al dato nazionale. E' infatti più che doppia la percentuale degli studenti che frequentano meno del 25% degli insegnamenti rispetto all'area geografica per la classe di laurea ed alla media nazionale per la classe di laurea (13% del CdS contro il 6% dell'area geografica ed il 5% del dato nazionale). E' inferiore la percentuale dei laureati del CdS che ha frequentato almeno il 50% degli insegnamenti (75% nel 2023, con una media nel triennio dell'81%, contro l'87% ed una media sul triennio dell'89% rilevato sia per l'area geografica per la classe di laurea che per la media nazionale per la classe di laurea).

Il carico di studio è risultato adeguato alla durata del CdS per complessivamente il 90% dei laureati in Management e Comunicazione d'Impresa (valore medio degli ultimi tre anni pari all'91%), contro l'91% per l'Area Geografica ed il 92% per la media nazionale (valore medio degli ultimi tre anni pari all'91% per l'Area Geografica e 92% per la media nazionale). Il 93% dei laureati ritiene che il carico di studio degli insegnamenti sia eccessivo, con una media sul triennio del 92%, mentre è significativamente positiva la valutazione di adeguatezza dei materiali didattici forniti, con un apprezzamento complessivo del 94% dei laureati del CdS ed una media degli ultimi tre anni del 96%.

L'organizzazione degli esami è ritenuta complessivamente soddisfacente dall'86% dei laureati nel CdS, con una media degli ultimi tre anni dell'88%. Questo risultato è inferiore di alcuni punti all'Area Geografica per classe di laurea che rileva il 91%, con media sul triennio del 92%% ed al dato medio nazionale per classe di laurea che rileva l'90%, che si conferma nello stesso valore anche nella media sul triennio. Il 68% dei laureati si iscriverebbe nuovamente allo stesso CdS, contro il 75% dell'Area Geografica per la classe di laurea ed il 76% della media nazionale. Il 9% si iscriverebbe ad un altro CdS dello Stesso Ateneo, rispetto all'8% dell'Area Geografica per Classe di laurea e della media nazionale. Il 10% si iscriverebbe allo stesso CdS in altro Ateneo, contro il 7% rilevato sia per l'Area Geografica per la classe di laurea che per la media nazionale.

Il 94% dei laureati in Management e Comunicazione d'Impresa si dichiara complessivamente soddisfatto del CdS, lievemente superiore alla media degli ultimi tre anni che si attesta al 92%. Il risultato è sostanzialmente in linea con l'Area Geografica per la classe di laurea e la media nazionale che si attestano, rispettivamente, al 92% ed al 93%.

Le strutture e la strumentazione utilizzate per lo svolgimento dell'attività didattica ricevono un significativo apprezzamento

dai laureati del CdS. Il giudizio positivo sull'adeguatezza delle aule è espresso dall'89% dei laureati, contro il 94% dell'Area Geografica per la classe di laurea ed il 90% del dato nazionale. L'apprezzamento si conferma anche per le postazioni informatiche, ritenute adeguate dal 69% dei laureati del CdS, contro il 72% dell'Area Geografica per classe di laurea e dal 68% della media nazionale per classe di laurea. Il valore ottenuto dal CdS evidenzia un apprezzabile miglioramento rispetto alla media del triennio che rileva un 63%, mentre nello stesso arco pluriennale la media dell'Area Geografica per la classe di laurea è il 69% ed il dato nazionale è al 64%. Sulle altre attrezzature utilizzate per la didattica si registra il giudizio positivo del 98% degli intervistati, con una media sul triennio del 96%. Il corrispondente valore dell'Area Geografica per classe di laurea si attesta invece al 90% ed è stabile negli ultimi tre anni, mentre la media nazionale rileva l'86%, con una media degli ultimi tre anni del'84%. Il giudizio di adeguatezza sugli spazi per lo studio individuale si attesta al 78%, con un incremento significativo rispetto al 68% della media del triennio. Questo indicatore è superiore sia all'Area Geografica per la classe di laurea che registra un valore del 70% ed un valore medio del triennio pari al 69% che alla media nazionale che si attesta al 68%, con una media degli ultimi tre anni del 66%. La valutazione sulla fruizione dei servizi delle Biblioteche è complessivamente positiva per il 98% degli intervistati, con un lieve miglioramento rispetto al 96% della media degli ultimi tre anni. Questo dato è superiore all'Area Geografica per la classe di laurea che segna il 95%, stabile nel triennio, alla media nazionale che rileva un complessivo apprezzamento per il 94% nel 2023, anch'esso stabile negli ultimi tre anni. L'esperienza all'estero ha coinvolto il 19% dei laureati del CdS, in linea con il valore rilevato per l'Area Geografica per classe di laurea (19%) e dalla media nazionale (15%). Il dato del CdS è in lieve miglioramento rispetto al 17% rilevato nella media degli ultimi tre anni. Il 92% dei laureati che hanno trascorso un periodo di studi all'estero ha sostenuto esami durante questa esperienza e ne esprime un giudizio positivo.

Si osserva un risultato positivo del CdS anche in relazione ai tirocini ed agli stage riconosciuti. Questa attività formativa è stata svolta dall'82% degli intervistati ed il valore è costante nella media degli ultimi tre anni. L'Area Geografica per la classe di laurea rileva un 71%, con una media sul triennio del 69%, mentre la media nazionale si attesta al 56%, con una media sul triennio del 55%. Sul tirocinio o stage compiuto, il giudizio espresso è positivo per il 95% degli intervistati, con un incremento nel 2023 di 2 punti, rispetto alla media degli ultimi tre anni che rileva il 93%.

Il 71% dei laureati nel CdS ha svolto attività lavorativa durante il periodo delle lezioni e tale valore è in linea con l'Area Geografica per la classe di laurea che si attesta al 76% e con la media nazionale che rileva il 73%. Risulta inferiore la componente dei laureati che ha svolto attività lavorativa con continuità a tempo pieno, poiché il CdS registra il 16%, contro il 27% ed l'25% rispettivamente dell'Area Geografica per Classe di laurea e della media nazionale. Inoltre, il 43% dei laureati dichiara di avere lavorato per più del 75% del tempo, il 28% per un tempo compreso tra il 50% ed il 75% ed il 23% dei laureati per un tempo compreso tra il 25% ed il 50%. Solo il 5% dei laureati riferisce di avere lavorato per un tempo inferiore al 25%.

Infine, si evidenzia un positivo apprezzamento per i servizi di orientamento allo studio post-laurea (per il 72% dei laureati), per l'orientamento al lavoro (per il 79% dei laureati), di sostegno al lavoro (per il 77% dei laureati), Ufficio placement (per l'81% dei laureati) e per i servizi della Segreteria (per il 66% dei laureati).

Descrizione link: Dati Dipartimento di Comunicazione ed Economia

Link inserito: <https://www.presidioqualita.unimore.it/site/home/area-riservata/articolo56069581.html>



## ▶ QUADRO C1

### Dati di ingresso, di percorso e di uscita

08/09/2024

Nell'anno accademico 2023-2024 gli immatricolati e iscritti al primo anno del corso di laurea magistrale in Management e Comunicazione d'Impresa sono stati 126, in aumento rispetto agli 88 dell'anno precedente, ma ancora significativamente inferiori alla media del triennio che si attesta al numero di 147. Questo numero di iscritti si mantiene in linea con le intenzioni del CdS di contenere gli ingressi per riallinearsi ai livelli che caratterizzano gli aggregati regionali e nazionali di riferimento e da cui ci si era discostati a causa del numero di iscrizioni notevolmente superiore che aveva contraddistinto il recente passato. Anche il numero degli avvisi di carriera al I anno, pari a 137, è superiore al 2022-2023, ma ampiamente inferiore ai valori del 2018-2019, del 2019-2020 e del 2020-2021. Le iscrizioni dell'anno accademico 2023-2024 si mantengono, peraltro, notevolmente superiori a quelle dell'Area Geografica per la classe di laurea (n.63) e del dato nazionale (n.83).

Gli iscritti regolari ai fini del CSTD sono 234, contro 128 dell'area geografica classe di laurea LM-77 e 173 del dato nazionale. L'attrattività verso l'esterno si mantiene elevata, come testimoniato anche dai dati degli anni precedenti, ed è confermata dalla percentuale degli iscritti al I anno che hanno conseguito la laurea in altro Ateneo che si attesta nel 2023-2024 al 56,2%, contro il 44,2% dell'area geografica Classe di Laurea LM-77 e dal 36,4% a livello nazionale. Il dato del CdS rileva, inoltre, un incremento rispetto agli anni precedenti.

Gli studenti che si iscrivono al II anno nello stesso corso di studi nel 2022-2023 (Dato più recente disponibile) sono il 93,2%, in leggero aumento rispetto all'anno accademico precedente. Questo dato è il più positivo degli ultimi anni ed indica una tendenza al miglioramento continuo nel triennio, La media degli ultimi tre anni è il 92,2%. Il risultato del CdS mostra quindi un progressivo avvicinamento ai corrispondenti valori sia dell'Area Geografica che della media nazionale da cui lo superano meno di tre punti percentuali.

Gli abbandoni si attestano al 10,5%, in aumento rispetto all'8,9% dell'anno precedente, ma ancora inferiori alla media del triennio (10,7%). Il dato resta di alcuni punti percentuali superiore ai corrispondenti valori dell'Area Geografica classe di laurea LM-77 (6,7%) e nazionale (7,8%).

Resta inferiore ai valori di classe di riferimento e nazionale il numero di CFU conseguiti al I anno, pari nel 2022-2023 al 54,8%. Questo valore esprime un peggioramento rispetto agli anni precedenti e l'andamento di questo indicatore continuerà ad essere attentamente seguito nel prossimo futuro per comprendere se si tratta di un dato episodico e se sussistono criticità, anche in considerazione della distanza negativa rispetto agli aggregati di riferimento.

Si registra una significativa flessione nella percentuale di studenti che si iscrive al II anno avendo acquisito almeno 2/3 dei CFU previsti al I anno che scende dal 52,7% al 31,8% di cui dovranno essere comprese le cause. Il dato è evidentemente negativo e distante dai corrispondenti valori degli aggregati di riferimento. Analoghe considerazioni, seppure con scostamenti inferiori, si rilevano riguardo alla percentuale di studenti che abbiano acquisito almeno 40 CFU nell'a.s.. Si rileva un valore del 42,9% nel 2022-2023, contro il 55,8% del 2021-2022. Il corrispondente valore del 2022-2023 per l'Area Geografica è il 68,3% ed il dato nazionale si attesta al 70,4%. L'andamento non soddisfacente anche di questo indicatore resterà oggetto di approfondimento nel CdS.

Migliora la percentuale di CFU acquisita all'estero che si attesta al 6,8% ed è superiore ai valori corrispondenti dell'Area Geografica per la classe di laurea (5,6%) e della media nazionale per classe di laurea (5,5%).

Positiva, inoltre, è la percentuale dei laureati entro la durata normale del corso che hanno conseguito almeno 12 CFU all'estero. Il valore relativo all'anno accademico 2023-2024 si attesta al 19,8%, in miglioramento rispetto agli anni più recenti e sostanzialmente in linea con l'area geografica della classe di laurea e con il dato nazionale.

La percentuale dei laureati entro la durata normale del corso si attesta, nell'a.a. 2023-2024, al 60%. Gli ultimi anni mostrano oscillazioni che si sintetizzano in una media degli ultimi tre anni pari al 63,2%. Questo valore è significativamente inferiore al corrispondente valore dell'area geografica di riferimento della classe di laurea (79,1% nel 2023-2024 e media degli ultimi tre anni pari al 80,7%) e del riferimento nazionale (80,1% nel 2023-2024 e media degli ultimi tre anni pari all'81,6%). Analogo andamento si registra nella percentuale di immatricolati che si laureano entro un anno oltre la durata normale del corso: nell'a.a. 2022-2023 il valore si attesta al 63,2% con una media sull'ultimo triennio del 66,6%. Si mantiene una distanza significativa rispetto ai corrispondenti risultati sia dell'area geografica della classe di laurea (79,5% nel 2022-2023 e 82,6% il valore medio dell'ultimo triennio) che del dato nazionale della classe di laurea (78,4% nell'a.a.

2022-2023 e 82,3% la media degli ultimi tre anni). Infine, anche la percentuale di immatricolati che si laureano nel CdS entro la durata normale del corso presenta risultati ampiamente inferiori all'area geografica della classe di laurea ed al valore di riferimento nazionale.

Il rapporto studenti regolari/docenti si attesta nel 2023-2024 a 14,63, in miglioramento, ma ancora superiore ai corrispondenti valori dell'Area geografica per la classe di laurea (8,99) ed al dato nazionale (9,64).

La percentuale di docenza erogata da docenti a tempo indeterminato, sul totale delle ore di docenza erogata, nell'a.a. 2023-2024 è pari al 72%, in decremento rispetto agli anni più recenti ed alla media del triennio che si attesta al 75%. Il risultato del corso di studi si mantiene superiore ai valori di riferimento dell'area geografica della classe di laurea e nazionale. Il rapporto studenti/docenti risente della numerosità ancora elevata degli iscritti negli anni precedenti e degli effetti ancora parziali delle attività di contenimento introdotte.

Il rapporto studenti iscritti/docenti complessivo rileva, nel 2023-2024, un valore di 45,3, ancora notevolmente distante dagli aggregati territoriali di riferimento. Si osserva invece un rapporto più equilibrato e prossimo ai valori degli aggregati di riferimento nell'indicatore relativo al rapporto studenti iscritti/docenti del I anno che si attesta a 24,8 contro i valori di 19,21 e 21,33 rispettivamente dell'area geografica per classe di laurea e della media nazionale.

Descrizione link: Dati Dipartimento di Comunicazione ed Economia

Link inserito: <https://www.presidioqualita.unimore.it/site/home/area-riservata/articolo56069581.html>



QUADRO C2

Efficacia Esterna

09/09/2024

La situazione occupazionale dei laureati in Management e Comunicazione d'Impresa ad un anno dalla laurea (Dati AlmaLaurea 2024) si riferisce all'anno 2023 con 160 laureati ed un campione di 139 intervistati, pari all'87%. Il numero dei laureati è in linea con la media del triennio, pari a 158 laureati.

La soddisfazione per il rapporto con i docenti si attesta, complessivamente, al 79% ed è leggermente inferiore sia alla media del triennio del CdS che ai corrispondenti valori dell'Area Geografica per classe di laurea ed alla media nazionale. Si conferma che la frequenza degli insegnamenti è inferiore agli aggregati territoriali di riferimento e questo fenomeno tende ad accentuarsi. Il 13% nel 2023 dichiara di avere frequentato meno del 25% degli insegnamenti ed è il dato più alto del quinquennio. E' inoltre ampiamente superiore ai corrispondenti valori dell'Area Geografica (6%) e della media nazionale (5%). Analogamente, la frequenza risulta complessivamente modesta rispetto agli aggregati territoriali di riferimento anche riguardo alla frequenza superiore al 25%.

Il carico di studio è considerato adeguato alla durata del CdS per il 90% dei laureati ed è un risultato stabile nel tempo ed in linea con gli aggregati territoriali di riferimento. Peraltro, il carico di studi, nel 2023, è considerato eccessivo dal 93% dei laureati. Il materiale didattico è considerato adeguato dal 94% dei rispondenti, confermando il giudizio altamente positivo riscontrato anche negli anni precedenti.

L'organizzazione degli esami è ritenuta soddisfacente dall'88% dei rispondenti ed è sostanzialmente in linea con i risultati degli aggregati territoriali di riferimento. Il risultato del CdS per il 2023 è in linea con la media del triennio, a conferma dell'impegno del CdS sul coordinamento delle attività didattiche e sulla comunicazione agli studenti. Si registrano, inoltre, valutazioni positive dei laureati rispetto alla corrispondenza tra i risultati degli esami e l'effettiva preparazione (84%) e sull'adeguatezza della supervisione della prova finale (88%) con lievi oscillazioni o risultati stabili rispetto alla media del triennio.

Il 68% dei laureati si iscriverebbe nuovamente allo stesso CdS ed il dato è inferiore all'Area Geografica per classe di laurea (75%) ed alla media nazionale (76%). Al contempo, il 94% dei rispondenti si dichiara complessivamente soddisfatto del corso di studi con un incremento rispetto all'anno precedente ed alla media del triennio. Il grado di soddisfazione è di poco superiore, ma sostanzialmente in linea con quanto rilevato dall'Area Geografica per classe di laurea e dalla media nazionale.

I laureati esprimono un elevato apprezzamento per le strutture a disposizione del CdS. Il giudizio sulle aule in cui si svolgono le lezioni e le esercitazioni è complessivamente positivo per l'89% dei rispondenti, in linea con l'anno precedente e non dissimile dai risultati degli aggregati territoriali di riferimento. Analoghe considerazioni valgono per le postazioni informatiche che si attestano ad un livello di soddisfazione del 69%, contro una media del triennio del 63% e per le attrezzature per altre attività didattiche (laboratori ecc.) che registrano un apprezzamento del 51% contro una media del

triennio del 41% ampiamente superiore agli aggregati territoriali di riferimento. Le opinioni dei laureati confermano un giudizio positivo anche per gli spazi individuali a disposizione per lo studio e per i servizi delle biblioteche. In sintesi, emerge un sostanziale e diffuso apprezzamento dei laureati per le strutture disponibili per lo svolgimento delle attività del corso di studi.

Si osserva un miglioramento, seppure contenuto, nella percentuale di laureati che ha trascorso periodi di studio all'estero durante gli studi universitari. Il valore del 2023 è il 19% ed è superiore non solo alla media del triennio (17%), ma degli ultimi cinque anni. Questo risultato è inoltre in linea con l'Area Geografica per la classe di laurea (19%), ma superiore alla media nazionale (15%). Il 92% di coloro che hanno trascorso un periodo all'estero hanno anche sostenuto esami, in linea con gli aggregati territoriali di riferimento. Si conferma inoltre l'elevato numero di laureati che ha svolto un tirocinio o stage riconosciuto dal corso di studi (82%) con un valore ampiamente superiore all'Area Geografica per la classe di laurea (71%) ed alla media nazionale (56%). Complessivamente, la soddisfazione per l'esperienza di tirocinio o stage raggiunge il 95%. Durante il periodo delle lezioni solo il 29% dei laureati non ha svolto un'attività lavorativa. Il 16% ha svolto attività lavorativa a tempo pieno, rispetto al 27% dell'Area Geografica per la classe di laurea ed al 25% della media nazionale. Più alto, rispetto agli aggregati territoriali di riferimento, la percentuale di laureati che ha svolto attività lavorativa con continuità a tempo parziale, oppure in modo saltuario, occasionale o stagionale. Si evidenzia inoltre un'alta percentuale di laureati che ha svolto attività lavorativa con continuità durante il percorso di studi. Evidenze positive emergono inoltre dalle opinioni dei laureati sui servizi agli studenti, sebbene siano espressi con aggregazione a livello dipartimentale e non siano specifici del corso di studi. L'apprezzamento per i servizi di orientamento allo studio post-laurea raggiunge il 72%, le iniziative formative di orientamento al lavoro il 79%, il sostegno al lavoro il 77%, il servizio placement l'81% e le Segreterie si attestano al 66%.

La situazione occupazionale dei laureati in Management e Comunicazione d'Impresa a tre anni dalla laurea (Dati AlmaLaurea 2024) si riferisce a 112 laureati di cui 37 di sesso maschile e 75 di sesso femminile. Gli intervistati sono 67, per una percentuale del 60%. I dati sono relativi all'anno 2020. I dati riportano una situazione occupazionale ad un anno in cui il 97% dei laureati dichiara di svolgere attività lavorativa, contro il 90% della media nazionale. Le tabelle riportano dati non completi, poiché manca il valore dell'Area Geografica per la classe di Laurea. Anche osservando i valori medi degli ultimi tre anni, i laureati del CdS che lavorano mostrano valori superiori nella comparazione, attestandosi al 95% contro, rispettivamente il 61% ed il 59% dell'Area Geografica e della media nazionale. I laureati che non lavorano e non cercano rappresentano l'1% contro il 5% ed il 6% rispettivamente dell'Area Geografica e della media nazionale. Il valore medio degli ultimi tre anni conferma il risultato positivo poiché i laureati del Cds che non lavorano e non cercano costituiscono il 3%, contro il 5% ed il 6% dell'Area Geografica e della media nazionale.

Il tasso di occupazione dei laureati del Cds si attesta al 97%, con una media degli ultimi tre anni del 95%. I corrispondenti valori dell'Area geografica per la classe di laurea sono il 92% per il 2020 ed il 93% per la media del triennio. Il valore della media nazionale indica un tasso di occupazione del 90% per il 2020 e del 91% per la media degli ultimi tre anni. I laureati del CdS mostrano anche il più basso tasso di disoccupazione (2%, con una media degli ultimi tre anni che si conferma al 2%), rispetto all'Area Geografica per la classe di laurea (4%, con una media degli ultimi tre anni pari al 3%) ed alla media nazionale (4%, con una media degli ultimi tre anni pari al 4%). Si riscontra un sostanziale allineamento nella percentuale di laureati che prosegue il lavoro iniziato prima di intraprendere il corso di studi, con valori che si collocano tra il 12% ed il 15% per il CdS, l'Area Geografica per la classe di laurea e la media nazionale, mentre una maggiore differenza si osserva riguardo ai laureati che non proseguono il lavoro iniziato prima. Il CdS si attesta al 15% (con una media degli ultimi tre anni al 20%), mentre l'Area Geografica per la classe di laurea rileva il 21% (22% nella media degli ultimi tre anni) ed il dato nazionale riporta il 19% (20% media degli ultimi tre anni).

L'area geografica del lavoro mostra una prevalente concentrazione dei laureati del CdS in Emilia Romagna, con un valore del 65%, in lieve incremento rispetto al 64% corrispondente alla media degli ultimi tre anni. Significativamente inferiore è lo stesso indicatore per l'Area Geografica per la classe di laurea che si attesta al 37%, con una media del triennio che si conferma allo stesso valore, come pure per la media nazionale che rileva un 20%, stabile nel triennio. Altrimenti, l'area geografica del lavoro si riferisce al nord (Esclusa l'Emilia Romagna) per il 26%, al centro per il 5% e al 3% al sud e nelle isole. L'area geografica del lavoro è l'estero per il 2% dei laureati del CdS, non distante dall'area geografica per la classe di laurea (5%) e dalla media nazionale (4%).

I dati sulla retribuzione media dei laureati si attestano nel 2020 per i maschi, ad euro 1.695 (media del triennio pari ad euro 1.643), rispetto ad euro 1.846 (media del triennio pari ad euro 1.786) per l'Area Geografica per la classe di laurea ad euro 1.771 (media del triennio pari ad euro 1.703) per la media nazionale. Per le femmine la retribuzione media è di euro 1.566 (media del triennio pari ad euro 1.467), rispetto ad euro 1.717 (media del triennio pari ad euro 1.641) per l'Area Geografica per la classe di laurea ed euro 1.638 (media del triennio pari ad euro 1.564) per la media nazionale.

L'utilizzo delle competenze acquisite nel CdS è considerato elevato per il 54% dei laureati nel CdS, rispetto al 54% dell'Area Geografica ed al 53% della media nazionale. Questo dato mostra un progressivo miglioramento nel tempo che

ha condotto il valore del CdS a riallinearsi al corrispondente giudizio rilevato per l'Area Geografica e per la media nazionale. Anche il giudizio sull'efficacia della laurea nel lavoro svolto evidenzia l'allineamento del CdS con l'Area Geografica per la classe di laurea e con la media nazionale. Il giudizio "Molto efficace/Efficace" è espresso dal 58% degli intervistati, contro il 59% rilevato per l'Area Geografica per la classe di laurea ed il 60% per la media nazionale. Inferiore è invece il giudizio "Abbastanza efficace" che per il CdS vale il 32%, mentre sale al 36% per l'Area Geografica per la classe di laurea ed al 35% per la media nazionale. L'indicatore di soddisfazione per il lavoro svolto registra per il CdS un giudizio di 7,8 (media del triennio pari a 7,7), rispetto al 7,9 (media del triennio corrispondente a 7,9) per l'Area Geografica per la classe di laurea ed al 7,9 (media del triennio corrispondente a 7,8) per la media nazionale. Anche la formazione professionale acquisita (lavoratori) mostra un positivo apprezzamento con un valore del giudizio "Molto" al 62% per il CdS, rispetto all'Area Geografica per la classe di laurea che registra il 64% ed in linea invece con il dato della media nazionale (62%).

La professione esercitata è coerente con il profilo professionale definito dalla classe di laurea e dal progetto formativo del CdS. I laureati sono occupati, in prevalenza, in posizioni di project manager ed altri ruoli di esperti delle scienze gestionali per il 37%, in professioni tecniche dell'organizzazione e dell'amministrazione per il 29%, in attività di addetto al personale, impiegato amministrativo, videoterminista o addetto alla segreteria per il 14%.

La soddisfazione per il lavoro svolto conferma valutazioni apprezzabili. Si rilevano valutazioni positive, pur con alcune differenze tra i diversi ambiti occupazionali, circa l'utilizzo delle competenze, l'efficacia della laurea ed alla formazione professionale acquisita nel CdS rispetto all'attività lavorativa, con particolare riferimento alle professioni in cui i laureati in Management e Comunicazione d'Impresa sono principalmente occupati.

Descrizione link: Dati Dipartimento di Comunicazione ed Economia

Link inserito: <https://www.presidioqualita.unimore.it/site/home/area-riservata/articolo56069581.html>



## QUADRO C3

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

09/09/2024

L'Ufficio Stage del Dipartimento ha effettuato elaborazioni che evidenziano, relativamente all'anno solare 2023, giudizi altamente positivi espressi dagli enti ospitanti sull'adeguatezza delle competenze di base (92,6% domanda B1) e sull'impegno profuso dai tirocinanti (96,7% domanda B2).

Gli obiettivi formativi del tirocinio (Domanda B4) si ritengono raggiunti complessivamente per il 98,34 dei rispondenti, in linea con i risultati emersi già nella precedente rilevazione e gli enti ospitanti ritengono complessivamente soddisfacente l'attività dei tirocinanti per il 97,5% dei rispondenti. Più in dettaglio, gli elementi particolarmente apprezzati da parte degli enti ospitanti (domanda B3) sono state le competenze tecnico-professionali (63,93%), l'uso di strumenti o dispositivi specifici (72,13%), la capacità di adattamento alle nuove situazioni (70,49%), quella di lavorare in gruppo (78,69%) e per obiettivi in base a tempistiche prefissate (70,49%); su livelli inferiori si sono posizionate la capacità di affrontare e risolvere problemi, offrendo soluzioni innovative ed alternative nella gestione di un lavoro (56,56%) e la padronanza delle lingue straniere (40,16%).

I tutor aziendali sono in prevalenza responsabili delle risorse umane, ma non mancano dirigenti (14,29%) o l'imprenditore (13,33%).

Le risposte aperte relative ai punti di forza dei tirocinanti descrivono un quadro molto positivo delle caratteristiche di questi ultimi che, in sintesi, hanno espresso un elevato impegno nell'apprendimento, determinazione, adattabilità, creatività, spirito di gruppo. Rimangono spazi di miglioramento sulla consapevolezza delle proprie capacità e sulla conoscenza delle lingue straniere.

A seguito del tirocinio quasi il 30% delle aziende intervistate ha fatto una proposta di lavoro al tirocinante declinata in differenti forme di collaborazione (domanda B6). La modalità più ricorrente è quella del contratto a tempo determinato (35,29% domanda B7), seguita dal contratto di apprendistato (29,41%).

Infine, è prossimo al 100% l'apprezzamento degli enti ospitanti per il servizio di gestione del tirocinio offerto dall'ufficio competente, sia nella fase di avvio che in quelle successive.

Link inserito: <http://>

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Opinioni Enti e Imprese - 2021



## ▶ QUADRO D1

### Struttura organizzativa e responsabilità a livello di Ateneo

20/05/2024

L'ateneo si avvale del supporto del Presidio di Qualità, ai quali sono assegnati compiti e funzioni specifiche, disponibili nel link allegato.

Descrizione link: Presidio di qualità - Funzioni e compiti

Link inserito: <https://www.unimore.it/it/assicurazione-qualita/presidio-di-qualita-di-ateneo>

## ▶ QUADRO D2

### Organizzazione e responsabilità della AQ a livello del Corso di Studio

20/05/2024

L'Assicurazione Qualità (AQ) del Corso di studi è responsabilità del Presidente del consiglio di corso interclasse, affiancato da un Gruppo di Gestione che lo supporta nella preparazione della documentazione necessaria per delineare gli indirizzi e gli orientamenti per la qualità del CdS e che coincide con il Gruppo di Riesame.

Il Gruppo di gestione per l'Assicurazione Qualità del CdS (Gruppo di Gestione AQ) è composto da:

- Responsabile: Presidente del Consiglio di Interclasse
- 2 Rappresentanti degli studenti o portavoce degli studenti in assenza di una rappresentanza studentesca formalmente eletta durante le ultime elezioni
- 4 Componenti individuati tra i docenti di ruolo titolari di insegnamenti nel corso di studi.

Tutte le attività relative all'AQ vengono monitorate a livello di Consiglio di corso interclasse e di Dipartimento e fanno riferimento al Responsabile Qualità del Dipartimento (Anna Chiara Scapolan) per quanto concerne i rapporti con il Presidio di Qualità dell'Ateneo.

La finalità principale di una politica per l'AQ della formazione è la messa a punto di un impianto metodologico e di un assetto organizzativo, in confronto e collaborazione con l'Ateneo, che consenta di attivare un processo di miglioramento continuo anche attraverso veri e propri esercizi critici rivolti a quanto svolto in passato.

E' responsabilità e compito del Presidente del CdS redigere la Scheda SUA-CdS, la Relazione Annuale di Monitoraggio AQ, la Scheda di Monitoraggio Annuale e il Rapporto di Riesame Ciclico, anche al fine di effettuare un monitoraggio dell'avanzamento delle azioni di miglioramento proposte.

Il Presidente del CdS si avvale inoltre di consultazioni periodiche con il Consiglio del CdS e si impegna a tenerlo informato sull'attività del Gruppo di Gestione AQ allo scopo di condividere le scelte programmatiche e di gestione più importanti.

I tempi di realizzazione dei processi di gestione necessari per l'attivazione, il funzionamento ed il monitoraggio del CdS seguono le necessarie scadenze previste dalla normativa ministeriale in vigore ed in accordo con le indicazioni dei competenti organi di Ateneo.

Descrizione link: DCE: Assicurazione qualità CdS

Link inserito: <https://www.dce.unimore.it/it/assicurazione-qualita/assicurazione-qualita-dei-corsi-di-studio>

## ▶ QUADRO D3

### Programmazione dei lavori e scadenze di attuazione delle iniziative

La programmazione annuale dei lavori per la gestione AQ del CdS può essere rappresentata come segue.

Entro gennaio di ogni anno

- Recepimento delle evidenze emerse nelle valutazioni del Comitato d'Indirizzo.

Entro febbraio di ogni anno

- Discussione e recepimento delle osservazioni e delle segnalazioni della CPSD, a cura del Consiglio di Corso di Studi, incluso nella sezione 1 della Relazione Annuale di Monitoraggio (RAM-AQ), approvata dal CCdS

Entro aprile di ogni anno

- Controllo e aggiornamento dei campi SuA CdS, a cura del Presidente del CCdS, anche alla luce delle evidenze emerse nella RAM-AQ conclusiva dell'anno precedente e delle valutazioni del Comitato d'Indirizzo

Entro settembre di ogni anno

- Valutazione dell'opinione degli studenti; il commento ai risultati è contenuto nella RAM-AQ del Corso di Studi
- Valutazione della soddisfazione dei laureati; il commento ai risultati è contenuto nella SuA CdS, quadro B7
- Valutazione della situazione occupazionale; il commento ai risultati è contenuto nella SuA CdS, quadro C2
- Valutazione dei giudizi sui tirocini di studenti e imprese, il commento ai risultati è contenuto nella SuA CdS, quadro C3
- Monitoraggio tasso di superamento delle verifiche di apprendimento per gli insegnamenti del CdS; il commento ai risultati è contenuto nella RAM-AQ del Corso di Studi

Entro ottobre di ogni anno

- Redazione della SMA
- Discussione e Approvazione della RAM-AQ, sezioni 2,3,4,5 da parte del CCdS

Entro novembre di ogni anno

- Presentazione dei risultati sull'opinione degli studenti in aula e attraverso video divulgativi

Entro dicembre di ogni anno

- Convocazione del Comitato d'Indirizzo per il monitoraggio annuale di fabbisogni formativi del mercato del lavoro e dei profili in uscita dei CdS

La redazione del RRC, quando prevista, deve concludersi entro l'anno per il quale è previsto il riesame ciclico.

Link inserito: <https://www.dce.unimore.it/it/assicurazione-qualita>



QUADRO D4

Riesame annuale

La Relazione Annuale di Monitoraggio Assicurazione Qualità del CdS (RAM-AQ) annuale si compone di 5 sezioni:

- 1) la prima destinata a dare risposta alle osservazioni e ai punti di attenzione sollevati dalla commissione paritetica docenti-studenti nella relazione annuale relativa all'anno precedente;
- 2) la seconda destinata a monitorare gli indicatori relativi all'opinione degli studenti, con l'identificazione di eventuali

interventi correttivi;

3) la terza è finalizzata a valutare lo stato di avanzamento delle azioni correttive previste nel rapporto di riesame ciclico;

4) la quarta destinata a valutare i principali indicatori della scheda di monitoraggio annuale e proporre eventuali azioni correttive;

5) la quinta destinata a monitorare il tasso di superamento degli esami e gli esiti della prova finale.

Descrizione link: Pagina Aq CdS - Paragrafo: RAM-AQ

Link inserito: <https://www.dce.unimore.it/it/assicurazione-qualita/assicurazione-qualita-dei-corsi-di-studio/aq-management-e-comunicazione>



QUADRO D5

Progettazione del CdS



QUADRO D6

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



QUADRO D7

Relazione illustrativa specifica per i Corsi di Area Sanitaria



## Informazioni generali sul Corso di Studi

<b>Università</b>	Università degli Studi di MODENA e REGGIO EMILIA
<b>Nome del corso in italiano</b>	MANAGEMENT E COMUNICAZIONE D'IMPRESA
<b>Nome del corso in inglese</b>	MANAGEMENT AND BUSINESS COMMUNICATION
<b>Classe</b>	LM-77 - Scienze economico-aziendali
<b>Lingua in cui si tiene il corso</b>	italiano
<b>Eventuale indirizzo internet del corso di laurea</b>	<a href="https://www.dce.unimore.it/it/didattica/corsi-di-laurea-magistrale-informazioni-general/corso-di-laurea-magistrale-management-e">https://www.dce.unimore.it/it/didattica/corsi-di-laurea-magistrale-informazioni-general/corso-di-laurea-magistrale-management-e</a>
<b>Tasse</b>	<a href="https://www.unimore.it/it/didattica/iscrizioni-e-tasse">https://www.unimore.it/it/didattica/iscrizioni-e-tasse</a>
<b>Modalità di svolgimento</b>	a. Corso di studio convenzionale



## Corsi interateneo R&D



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

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

Non sono presenti atenei in convenzione



## Docenti di altre Università



## Referenti e Strutture



<b>Presidente (o Referente o Coordinatore) del CdS</b>	DI TOMA Paolo
<b>Organo Collegiale di gestione del corso di studio</b>	Consiglio di Interclasse
<b>Struttura didattica di riferimento</b>	Comunicazione ed economia (Dipartimento Legge 240)



## Docenti di Riferimento

N.	CF	COGNOME	NOME	SETTORE	MACRO SETTORE	QUALIFICA	PESO	INSEGNAMENTO ASSOCIATO
1.	CVZNL64C69B249L	CAVAZZA	Nicoletta	M-PSI/05	11/E3	PO	1	
2.	FRRRCR58P15H223G	FERRETTI	Riccardo	SECS-P/11	13/B4	PO	1	
3.	LZZRNN77L43E463L	LAZZINI	Arianna	SECS-P/07	13/B1	PA	1	
4.	MRNMHL65T27F205P	MARIANI	Michele	M-PSI/01	11/E1	RU	1	
5.	RVZRRT58E21G337F	RAVAZZONI	Roberto	SECS-P/08	13/B2	PO	1	
6.	SCPNCH77T44H823Y	SCAPOLAN	Annachiara	SECS-P/10	13/B3	PA	1	



Tutti i requisiti docenti soddisfatti per il corso :

**MANAGEMENT E COMUNICAZIONE D'IMPRESA**



## Rappresentanti Studenti

COGNOME	NOME	EMAIL	TELEFONO
DI GIOIA	Imma	212956@studenti.unimore.it	
BERBEGLIO	Valerio	300413@studenti.unimore.it	
BENSAIA	Alessandro	238139@studenti.unimore.it	



## Gruppo di gestione AQ

COGNOME	NOME
BERBEGLIO	VALERIO
DI GIOIA	IMMA
FERRETTI	RICCARDO
GABRIELLI	VERONICA
GALLI	GIOVANNA
REGNOLI	DANIELA
VEZZANI	PAOLA



## Tutor

COGNOME	NOME	EMAIL	TIPO
VEZZANI	Paola		Docente di ruolo
GALLI	Giovanna		Docente di ruolo
FERRETTI	Riccardo		Docente di ruolo
DI TOMA	Paolo		Docente di ruolo



## Programmazione degli accessi



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



## Sedi del Corso



Sede del corso: Allegri 9 42100 - REGGIO EMILIA

Data di inizio dell'attività didattica	12/09/2024
Studenti previsti	100



## Eventuali Curriculum



COMUNICAZIONE E IMMAGINE D'IMPRESA	3-263^2012^3-263-2^246
GENERAL MANAGEMENT	3-263^2012^3-263-1^246



## Sede di riferimento Docenti, Figure Specialistiche e Tutor



### Sede di riferimento DOCENTI

COGNOME	NOME	CODICE FISCALE	SEDE
LAZZINI	Arianna	LZZRNN77L43E463L	REGGIO EMILIA
CAVAZZA	Nicoletta	CVZNLT64C69B249L	REGGIO EMILIA
SCAPOLAN	Annachiara	SCPNCH77T44H823Y	REGGIO EMILIA
FERRETTI	Riccardo	FRRRCR58P15H223G	REGGIO EMILIA

RAVAZZONI	Roberto	RVZRRT58E21G337F	REGGIO EMILIA
MARIANI	Michele	MRNMHL65T27F205P	REGGIO EMILIA

#### Sede di riferimento FIGURE SPECIALISTICHE

COGNOME	NOME	SEDE
---------	------	------

Figure specialistiche del settore non indicate

#### Sede di riferimento TUTOR

COGNOME	NOME	SEDE
VEZZANI	Paola	REGGIO EMILIA
GALLI	Giovanna	REGGIO EMILIA
FERRETTI	Riccardo	REGGIO EMILIA
DI TOMA	Paolo	REGGIO EMILIA



## Altre Informazioni

R<sup>AD</sup>



**Codice interno all'ateneo del corso** 3-263^2012^PDS0-2012^246

**Massimo numero di crediti riconoscibili** 12 DM 16/3/2007 Art 4 [Nota 1063 del 29/04/2011](#)

**Corsi della medesima classe**

- Direzione e Consulenza di Impresa *approvato con D.M. del 05/05/2009*
- International Management
- Relazioni di lavoro



## Date delibere di riferimento

R<sup>AD</sup>



**Data del DM di approvazione dell'ordinamento didattico** 28/05/2012

**Data del DR di emanazione dell'ordinamento didattico** 06/06/2012

Data di approvazione della struttura didattica 24/04/2012

Data di approvazione del senato accademico/consiglio di amministrazione 16/05/2012

Data della consultazione con le organizzazioni rappresentative a livello locale della produzione, servizi, professioni 25/11/2008 - 20/01/2012

Data del parere favorevole del Comitato regionale di Coordinamento



## Sintesi della relazione tecnica del nucleo di valutazione

La denominazione del corso è chiara e comprensibile dagli studenti.

Gli obiettivi formativi specifici sono descritti in modo dettagliato, così come le modalità e gli strumenti didattici e di verifica utilizzati. Le conoscenze richieste per l'accesso sono definite in modo chiaro, è prevista una verifica della preparazione iniziale degli studenti secondo modalità indicate nel regolamento didattico del CdS. Gli sbocchi professionali sono indicati

con precisione.



## Relazione Nucleo di Valutazione per accreditamento



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

*Linee guida ANVUR*

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

La denominazione del corso è chiara e comprensibile dagli studenti.

Gli obiettivi formativi specifici sono descritti in modo dettagliato, così come le modalità e gli strumenti didattici e di verifica utilizzati. Le conoscenze richieste per l'accesso sono definite in modo chiaro, è prevista una verifica della preparazione iniziale degli studenti secondo modalità indicate nel regolamento didattico del CdS. Gli sbocchi professionali sono indicati con precisione.



## Sintesi del parere del comitato regionale di coordinamento

R<sup>AD</sup>



Offerta didattica erogata

	coorte	CUIN	insegnamento	settori insegnamento	docente	settore docente	ore di didattica assistita
1	2024	172403785	<b>Analisi statistica dei dati per la ricerca di mercato</b> <i>semestrale</i>	SECS-S/01	Maria Cristiana MARTINI <a href="#">CV</a> <i>Professore Associato confermato</i>	SECS-S/05	<a href="#">72</a>
2	2024	172403786	<b>Analisi strategica per il posizionamento competitivo</b> <i>semestrale</i>	SECS-P/08	<b>Docente di riferimento</b> Roberto RAVAZZONI <a href="#">CV</a> <i>Professore Ordinario</i>	SECS-P/08	<a href="#">48</a>
3	2024	172403787	<b>Analisi strategica per il posizionamento di marketing</b> <i>semestrale</i>	SECS-P/08	Giovanna GALLI <a href="#">CV</a> <i>Professore Ordinario</i>	SECS-P/08	<a href="#">48</a>
4	2023	172402739	<b>Bilancio e modelli di reporting</b> <i>semestrale</i>	SECS-P/07	Alessandro SAVOIA <a href="#">CV</a> <i>Attivita' di insegnamento (art. 23 L. 240/10)</i>	SECS-P/07	<a href="#">72</a>
5	2024	172403789	<b>Business planning e controllo strategico</b> <i>semestrale</i>	SECS-P/07	Paolo DI TOMA <a href="#">CV</a> <i>Professore Ordinario (L. 240/10)</i>	SECS-P/07	<a href="#">48</a>
6	2024	172403799	<b>Diritto dell'economia dei mercati</b> <i>semestrale</i>	IUS/05	Giuliano LEMME <a href="#">CV</a> <i>Professore Ordinario</i>	IUS/05	<a href="#">72</a>
7	2024	172403801	<b>Diritto delle risorse umane</b> <i>semestrale</i>	IUS/07	Alberto LEVI <a href="#">CV</a> <i>Professore Ordinario (L. 240/10)</i>	IUS/07	<a href="#">24</a>
8	2023	172402749	<b>Finanza per la crescita</b> <i>semestrale</i>	SECS-P/11	Pierpio CERFOGLI <a href="#">CV</a> <i>Attivita' di insegnamento (art. 23 L. 240/10)</i>	SECS-P/11	<a href="#">48</a>
9	2024	172403808	<b>Gestione delle risorse umane</b> <i>semestrale</i>	SECS-P/10	<b>Docente di riferimento</b> Annachiara SCAPOLAN <a href="#">CV</a> <i>Professore Associato (L. 240/10)</i>	SECS-P/10	<a href="#">48</a>
10	2024	172403822	<b>M1</b> (modulo di Gestione della comunicazione finanziaria) <i>annuale</i>	SECS-P/11	<b>Docente di riferimento</b> Riccardo FERRETTI <a href="#">CV</a> <i>Professore Ordinario</i>	SECS-P/11	<a href="#">48</a>

11	2024	172403823	<b>M1 - Psicologia della persuasione</b> (modulo di Psicologia applicata) <i>annuale</i>	M-PSI/05	Anna Rita GRAZIANI <a href="#">CV</a> Professore Associato (L. 240/10)	M-PSI/05	<a href="#">48</a>
12	2024	172403825	<b>M2</b> (modulo di Gestione della comunicazione finanziaria) <i>annuale</i>	SECS-P/11	<b>Docente di riferimento</b> Riccardo FERRETTI <a href="#">CV</a> Professore Ordinario	SECS-P/11	<a href="#">48</a>
13	2024	172403827	<b>M2 - User experience design</b> (modulo di Psicologia applicata) <i>annuale</i>	M-PSI/01	<b>Docente di riferimento</b> Michele MARIANI <a href="#">CV</a> Ricercatore confermato	M-PSI/01	<a href="#">48</a>
14	2024	172403828	<b>Marketing and Management Camp</b> <i>semestrale</i>	SECS-P/08	Andrea MELIOLI <a href="#">CV</a> Attività di insegnamento (art. 23 L. 240/10)	SECS-P/08	<a href="#">72</a>
15	2023	172402773	<b>Modulo 1</b> (modulo di Scenari economici e competitivi) <i>semestrale</i>	SECS-P/01	Fittizio DOCENTE		48
16	2023	172402775	<b>Modulo 1 - Storia dei consumi e modelli di marketing</b> (modulo di Storia dei consumi e modelli di marketing) <i>semestrale</i>	SECS-P/01	Fittizio DOCENTE		48
17	2023	172402777	<b>Modulo 2</b> (modulo di Scenari economici e competitivi) <i>semestrale</i>	SECS-P/06	Fittizio DOCENTE		48
18	2023	172402778	<b>Modulo 2 - Storia dei consumi e modelli di marketing</b> (modulo di Storia dei consumi e modelli di marketing) <i>semestrale</i>	SECS-P/06	Daniele TIRELLI <a href="#">CV</a> Attività di insegnamento (art. 23 L. 240/10)	SECS-P/01	<a href="#">48</a>
19	2023	172402780	<b>Organizzazione e management della cultura e della creatività</b> <i>semestrale</i>	SECS-P/10	Fabrizio MONTANARI <a href="#">CV</a> Professore Ordinario (L. 240/10)	SECS-P/10	<a href="#">48</a>
20	2023	172402783	<b>Pianificazione della comunicazione d'impresa</b> <i>semestrale</i>	SECS-P/08	Marcello TEDESCHI <a href="#">CV</a> Professore Ordinario (L. 240/10)	SECS-P/08	<a href="#">72</a>
21	2023	172402789	<b>Strategia e management della sostenibilità</b> <i>semestrale</i>	SECS-P/07	<b>Docente di riferimento</b> Arianna LAZZINI <a href="#">CV</a> Professore Associato (L. 240/10)	SECS-P/07	<a href="#">48</a>
22	2024	172403852	<b>Strumenti e mercati</b>	SECS-P/11	Paola VEZZANI	SECS-	<a href="#">96</a>

finanziari  
semestrale

[CV](#)  
Professore  
Ordinario

P/11

---

23	2023	172402790	<b>Tecniche di raccolta dei dati</b> semestrale	M-PSI/05	<b>Docente di riferimento</b> Nicoletta CAVAZZA <a href="#">CV</a> Professore Ordinario (L. 240/10)	M- PSI/05	<a href="#">48</a>	
							ore totali	1248

---



## Curriculum: COMUNICAZIONE E IMMAGINE D'IMPRESA

Attività caratterizzanti	settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
Aziendale	SECS-P/07 Economia aziendale	51	51	51 - 57
	↳ <i>Business planning e controllo strategico (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>			
	SECS-P/08 Economia e gestione delle imprese			
	↳ <i>Analisi strategica per il posizionamento di marketing (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>			
	↳ <i>Comunicazione pubblicitaria e immagine di marca (2 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>			
	↳ <i>Pianificazione della comunicazione d'impresa (2 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i>			
	SECS-P/10 Organizzazione aziendale			
	↳ <i>Organizzazione delle relazioni di lavoro (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>			
	↳ <i>Organizzazione e management della cultura e della creatività (2 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>			
	SECS-P/11 Economia degli intermediari finanziari			
↳ <i>M1 (1 anno) - 6 CFU - annuale - obbl</i>				
↳ <i>M2 (1 anno) - 6 CFU - annuale - obbl</i>				
Economico	SECS-P/01 Economia politica	12	12	12 - 15
	↳ <i>Modulo 1 - Storia dei consumi e modelli di marketing (2 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>			
	SECS-P/06 Economia applicata			
	<i>Modulo 2 - Storia dei consumi e modelli di marketing (2 anno) - 6</i>			

	↳ CFU - semestrale - obbl			
Statistico-matematico	SECS-S/01 Statistica ↳ <i>Analisi statistica dei dati per la ricerca di mercato (1 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i>	9	9	9 - 9
Giuridico	IUS/05 Diritto dell'economia ↳ <i>Diritto dell'economia dei mercati (1 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i>	9	9	6 - 9
<b>Minimo di crediti riservati dall'ateneo: - (minimo da D.M. 48)</b>				
<b>Totale attività caratterizzanti</b>			81	78 - 90

Attività affini	settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
Attività formative affini o integrative	M-PSI/01 Psicologia generale ↳ <i>M2 - User experience design (1 anno) - 6 CFU - annuale - obbl</i>	12	12	12 - 15 min 12
	M-PSI/05 Psicologia sociale ↳ <i>M1 - Psicologia della persuasione (1 anno) - 6 CFU - annuale - obbl</i>			
<b>Totale attività Affini</b>			12	12 - 15

Altre attività		CFU	CFU Rad
A scelta dello studente		9	9 - 9
Per la prova finale		12	12 - 12
Ulteriori attività formative (art. 10, comma 5, lettera d)	Ulteriori conoscenze linguistiche	-	-
	Abilità informatiche e telematiche	-	-
	Tirocini formativi e di orientamento	3	3 - 3
	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	3	3 - 6
<b>Totale Altre Attività</b>	27	27 - 30

CFU totali per il conseguimento del titolo

120

CFU totali inseriti nel curriculum **COMUNICAZIONE E IMMAGINE D'IMPRESA:**

120 117 - 135

## Curriculum: GENERAL MANAGEMENT

Attività caratterizzanti	settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
Aziendale	SECS-P/07 Economia aziendale	51	51	51 - 57
	↳ <i>Business planning e controllo strategico (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>			
	↳ <i>Bilancio e modelli di reporting (2 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i>			
	↳ <i>Strategia e management della sostenibilità (2 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>			
	SECS-P/08 Economia e gestione delle imprese			
	↳ <i>Analisi strategica per il posizionamento competitivo (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>			
	SECS-P/10 Organizzazione aziendale			
	↳ <i>Gestione delle risorse umane (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>			
	SECS-P/11 Economia degli intermediari finanziari			
	↳ <i>Strumenti e mercati finanziari (1 anno) - 12 CFU - semestrale - obbl</i>			
↳ <i>Finanza per la crescita (2 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>				
Economico	SECS-P/01 Economia politica	12	12	12 - 15
	↳ <i>Scenari economici e competitivi (2 anno) - 12 CFU - semestrale - obbl</i>			

Statistico-matematico	SECS-S/01 Statistica ↳ <i>Analisi statistica dei dati per la ricerca di mercato (1 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i>	9	9	9 - 9
Giuridico	IUS/05 Diritto dell'economia ↳ <i>Diritto dell'economia dei mercati (1 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i>	9	9	6 - 9
<b>Minimo di crediti riservati dall'ateneo: - (minimo da D.M. 48)</b>				
<b>Totale attività caratterizzanti</b>			81	78 - 90

Attività affini	settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
Attività formative affini o integrative	M-PSI/05 Psicologia sociale ↳ <i>Psicologia della persuasione (1 anno) - 6 CFU - annuale - obbl</i>	12	12	12 - 15 min 12
	↳ <i>Tecniche di raccolta dei dati (2 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>			
<b>Totale attività Affini</b>			12	12 - 15

Altre attività		CFU	CFU Rad
A scelta dello studente		9	9 - 9
Per la prova finale		12	12 - 12
Ulteriori attività formative (art. 10, comma 5, lettera d)	Ulteriori conoscenze linguistiche	-	-
	Abilità informatiche e telematiche	-	-
	Tirocini formativi e di orientamento	3	3 - 3
	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		3	3 - 6
<b>Totale Altre Attività</b>		27	27 - 30

<b>CFU totali per il conseguimento del titolo</b>	<b>120</b>	
<b>CFU totali inseriti nel curriculum <i>GENERAL MANAGEMENT</i>:</b>	120	117 - 135



## Raggruppamento settori

per modificare il raggruppamento dei settori



## Attività caratterizzanti R<sup>2</sup>D

ambito disciplinare	settore	CFU		minimo da D.M. per l'ambito
		min	max	
Aziendale	SECS-P/07 Economia aziendale			
	SECS-P/08 Economia e gestione delle imprese			
	SECS-P/09 Finanza aziendale			
	SECS-P/10 Organizzazione aziendale	51	57	24
	SECS-P/11 Economia degli intermediari finanziari			
Economico	SECS-P/01 Economia politica			
	SECS-P/02 Politica economica			
	SECS-P/06 Economia applicata	12	15	12
Statistico-matematico	SECS-S/01 Statistica	9	9	6
Giuridico	IUS/05 Diritto dell'economia			
	IUS/07 Diritto del lavoro			
	IUS/14 Diritto dell'unione europea	6	9	6
<b>Minimo di crediti riservati dall'ateneo minimo da D.M. 48:</b>				-
<b>Totale Attività Caratterizzanti</b>				78 - 90



## Attività affini R<sup>AD</sup>

ambito disciplinare	CFU		minimo da D.M. per l'ambito
	min	max	
Attività formative affini o integrative	12	15	12
<b>Totale Attività Affini</b>			<b>12 - 15</b>



## Altre attività R<sup>AD</sup>

ambito disciplinare		CFU min	CFU max
A scelta dello studente		9	9
Per la prova finale		12	12
Ulteriori attività formative (art. 10, comma 5, lettera d)	Ulteriori conoscenze linguistiche	-	-
	Abilità informatiche e telematiche	-	-
	Tirocini formativi e di orientamento	3	3
	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		3	6
<b>Totale Altre Attività</b>			<b>27 - 30</b>



## Riepilogo CFU

R<sup>a</sup>D

<b>CFU totali per il conseguimento del titolo</b>	<b>120</b>
Range CFU totali del corso	117 - 135



### Comunicazioni dell'ateneo al CUN

R<sup>a</sup>D



### Motivi dell'istituzione di più corsi nella classe

R<sup>a</sup>D

La modifica al corso di laurea magistrale proposta intende integrare l'offerta formativa con contenuti specifici relativi alle strategie ed alla gestione della comunicazione d'impresa. Questi contenuti e obiettivi formativi, proposti in classe 77, non sono erogati in altro corso di laurea magistrale dell'ateneo. La proposta di corso si incardina, inoltre, nell'offerta didattica del Dipartimento di Comunicazione ed Economia, con sede a Reggio Emilia, essendo l'università di Modena e Reggio Emilia a rete di sedi. Infine la classe di laurea costituisce il naturale sbocco per gli studenti iscritti al corso di laurea di primo livello in Marketing e organizzazione d'impresa, erogato con successo presso la stessa sede.



### Note relative alle attività di base

R<sup>a</sup>D



### Note relative alle altre attività

R<sup>a</sup>D



### Note relative alle attività caratterizzanti

R<sup>a</sup>D

