



## 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:1618848</i> )
<b>Nome del corso in inglese</b>	MANAGEMENT AND BUSINESS COMMUNICATION
<b>Classe</b>	LM-77 R - 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/servizi/tasse-e-benefici">https://www.unimore.it/it/servizi/tasse-e-benefici</a>
<b>Modalità di svolgimento</b>	a. Corso di studio convenzionale



## Referenti e Strutture

<b>Presidente (o Referente o Coordinatore) del CdS</b>	LAZZINI Arianna
<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.	CERFOGLI	Pierpio		ID	1	
3.	FERRETTI	Riccardo		PO	1	

4.	LAZZINI	Arianna	PA	1
5.	MARIANI	Michele	RU	1
6.	RAVAZZONI	Roberto	PO	1
7.	SAVOIA	Alessandro	ID	1
8.	SCAPOLAN	Annachiara	PA	1

**Rappresentanti Studenti**

DI GIOIA Imma 212956@studenti.unimore.it  
 BERBEGLIO Valerio 300413@studenti.unimore.it  
 BENSIAIA Alessandro 238139@studenti.unimore.it

**Gruppo di gestione AQ**

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

**Tutor**

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>



23/02/2025

Il corso di laurea magistrale in "Management e Comunicazione d'Impresa" fornisce conoscenze manageriali avanzate che permettono ai laureati un ingresso qualificato nel mondo del lavoro in posizioni di responsabilità per il coordinamento e la gestione dei processi decisionali. Fornisce pertanto una formazione specialistica per governare i processi di pianificazione strategica e di comunicazione interna ed esterna nei settori industriali, nei servizi e nella ricerca, con le corrispondenti competenze di analisi e monitoraggio dei mercati e di valutazione delle performance d'impresa.

Il percorso consente il raggiungimento degli obiettivi formativi specifici attraverso le seguenti aree di apprendimento:

- Economica e metodologica, con la quale sono acquisite le competenze di analisi e contestualizzazione degli scenari competitivi, con le loro proiezioni e direttrici di cambiamento;
- Gestione strategica, analisi e rendicontazione delle performance, con la quale sono acquisite le competenze di pianificazione strategica, coordinamento dei processi organizzativi e delle attività di implementazione delle decisioni aziendali, misurazione e rendicontazione dei risultati;
- Gestione della comunicazione e delle relazioni con gli stakeholders interni ed esterni, con la quale sono acquisite le competenze metodologiche e gli strumenti per la comunicazione integrata.

Il percorso formativo prevede nel primo anno l'acquisizione delle conoscenze teoriche relative all'analisi e interpretazione del contesto sociale ed economico di riferimento e il suo inquadramento normativo, ai fondamenti gestionali per la progettazione dei piani strategici e alle metodologie e agli strumenti per l'analisi dei dati e la misurazione delle performance.

Al secondo anno sono previsti insegnamenti nei quali gli studenti integrano i contenuti ed affinano le conoscenze specialistiche nell'ambito di:

- pianificazione e sviluppo della comunicazione interna e esterna in ottica evolutiva e gestione delle relazioni con attori economici e istituzionali del contesto ambientale di riferimento;
- promozione, sviluppo e governo del cambiamento strategico-organizzativo;

analisi, misurazione e valutazione degli effetti delle decisioni strategiche e delle linee di indirizzo di lungo, medio e breve periodo.

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, nel mondo del lavoro, le capacità acquisite, valorizzando abilità e competenze relazionali, comunicative ed organizzative.

L'attività didattica è organizzata con lezioni frontali integrate con esercitazioni, simulazioni e presentazione di casi ed esperienze aziendali. I risultati di apprendimento sono verificati con prove scritte e/o colloqui orali, affiancati dalla valutazione di eventuali project work realizzati individualmente o in gruppo.

Oltre alle lezioni frontali gli studenti possono partecipare a progetti di laboratorio durante i quali, con la supervisione di un tutor scientifico, e lavorando in piccoli gruppi, verificano ed approfondiscono la loro capacità di applicazione delle conoscenze, affinano le capacità di lavorare in gruppo e di prendere decisioni autonome e/o condivise. Il confronto con interlocutori esterni del mondo del lavoro permette di sviluppare ulteriormente e rafforzare le capacità comunicative e di giudizio critico.

La prova finale costituisce un momento di ulteriore apprendimento e crescita individuale al termine del quale il tutor verifica le conoscenze, competenze e capacità acquisite durante il percorso di studio. La preparazione della tesi prevede una parte rivolta alla formulazione di un quadro teorico di riferimento per l'elaborazione di un modello interpretativo idoneo all'analisi e comprensione del problema di ricerca, una parte sperimentale accompagnata da un'indicazione critica delle metodologie disponibili e di quella/e prescelta/e per l'analisi empirica ed, infine, la discussione dei risultati ottenuti.

<p><b>Conoscenza e capacità di comprensione</b></p>	<p>In ambito gestionale, socio-economico, metodologico e giuridico, i laureati matureranno conoscenze specialistiche e sapranno comprendere e interpretare:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- i piani strategici e i modelli di business;</li> <li>- le metodologie e gli strumenti per l'analisi dei dati economici di supporto alle decisioni aziendali;</li> <li>- le metodologie e gli strumenti per la misurazione delle performance aziendali e la loro rendicontazione;</li> <li>- il quadro normativo di riferimento per le scelte strategiche e gestionali;</li> <li>- il contesto socio-economico e finanziario alla base delle assunzioni delle decisioni strategiche e gestionali;</li> <li>- i modelli di coordinamento organizzativo e di gestione delle risorse umane; gli strumenti per la gestione delle relazioni con gli stakeholder interni e esterni; i piani di comunicazione integrata;</li> <li>- i metodi e gli strumenti a supporto della costruzione di modelli identitari e culturali coerenti con le proiezioni di crescita.</li> </ul> <p>Le conoscenze e la capacità di comprensione saranno acquisiti negli insegnamenti caratterizzanti e affini, con l'attività didattica frontale, integrata da esperienze laboratoriali, project work individuali e di gruppo per acquisire e consolidare capacità critica di giudizio e di lavoro in team. La verifica delle conoscenze avverrà con prove d'esame scritte ed orali e con la presentazione e discussione di progetti assegnati dal docente, destinati ad approfondire temi disciplinari specifici. Infine, la prova finale darà testimonianza della capacità di sistematizzare e organizzare le conoscenze acquisite nel percorso formativo.</p>	
<p><b>Capacità di applicare conoscenza e comprensione</b></p>	<p>Il laureato in Management e Comunicazione d'Impresa saprà:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- valutare il posizionamento strategico di un'unità di business e proporre gli orientamenti strategici coerenti con le condizioni di contesto e con gli scenari emergenti;</li> <li>- individuare le esigenze di cambiamento ed innovazione nel modello di business al variare delle condizioni organizzative e dell'ambiente esterno, sia economico che non economico;</li> <li>- selezionare e utilizzare le metodologie e gli strumenti più opportuni per la produzione basi informative per la costruzione degli scenari e dei contesti di piano;</li> </ul>	

- valutare i riflessi delle disposizioni normative e regolamentari vigenti sul sistema economico e aziendale;
- scegliere e analizzare i principali indicatori per la profilazione delle caratteristiche dei mercati, anche finanziari;
- applicare in modo critico e consapevole gli strumenti e le tecniche di misurazione, valutazione e comunicazione delle performance economiche, sociali e ambientali;
- selezionare e applicare metodi e strumenti idonei al coordinamento organizzativo, alla gestione delle risorse umane e delle relazioni con gli stakeholders;
- elaborare e monitorare i piani di comunicazione integrata;
- selezione e applicare strumenti e metodi per la costruzione dei modelli identitari e culturali da adottare.

Le capacità di applicare la conoscenza e la capacità di comprensione saranno acquisiti negli insegnamenti caratterizzanti e affini, con l'attività didattica frontale, integrata da esperienze laboratoriali, project work individuali e di gruppo per acquisire e consolidare capacità critica di giudizio e di lavoro in team. La verifica dei risultati di apprendimento avverrà con prove d'esame scritte e con la presentazione di project work, destinati a dare evidenza della capacità di raggiungere obiettivi assegnati, applicando le conoscenze acquisite. Infine, anche il tirocinio costituisce una sede in cui consolidare la capacità di applicare in uno specifico contesto lavorativo e professionale le conoscenze acquisite.

### 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](#)

Scenari economici e competitivi [url](#)

Teorie e strumenti per la ricerca sociale [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 approcciare 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](#)

Business planning e controllo strategico [url](#)

Comunicazione finanziaria [url](#)

Organizzazione delle relazioni di lavoro [url](#)

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

People Management [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 gestione bancaria [url](#)

Bilancio e gestione delle performance [url](#)

Finanza per la crescita [url](#)

Strategia e management della sostenibilità [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 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](#)

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

Analisi strategica per il posizionamento di marketing [url](#)

Brand Communication [url](#)

Marketing and Management Camp [url](#)

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




QUADRO A4.c

Autonomia di giudizio  
Abilità comunicative  
Capacità di apprendimento

<p><b>Autonomia di giudizio</b></p>	<p>I laureati in “Management e Comunicazione d’impresa” acquisiscono capacità di riflessione autonoma e critica in relazione a:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-la formulazione di giudizi di opportunità in merito alle differenti alternative decisionali nell’elaborazione e nell’analisi dei modelli di business e dei piani strategici;</li> <li>- la valutazione e selezione delle metodologie e strumenti per l’analisi dei dati economici di supporto alle decisioni aziendali;</li> <li>- la valutazione delle metodologie e strumenti per la misurazione delle performance aziendali e la loro rendicontazione;</li> <li>- la formulazione di giudizi in merito alle implicazioni delle norme e regolamentazioni sulle scelte strategiche e gestionali;</li> <li>- la valutazione del contesto socio-economico e finanziario e la formulazione di giudizi sulle assunzioni alla base delle scelte strategiche e gestionali;</li> <li>- la formulazione di giudizi sui modelli di coordinamento organizzativo e di gestione delle risorse umane;</li> <li>- la valutazione degli strumenti per la gestione delle relazioni con gli stakeholder interni ed esterni;</li> <li>- la formulazione di giudizi sui piani di comunicazione integrata;</li> <li>- la valutazione dei metodi e degli strumenti a supporto della costruzione di modelli identitari e culturali coerenti con le proiezioni di crescita e cambiamento.</li> </ul> <p>Gli studenti maturano progressivamente autonomia di giudizio attraverso la partecipazione attiva alle lezioni, la partecipazione a progetti e ad altre attività di gruppo previste nei differenti insegnamenti. Possono inoltre sviluppare l’autonomia di giudizio anche attraverso la preparazione della prova finale che costituisce un’attività in cui lo studente sviluppa un progetto autonomo teso ad affrontare un problema di ricerca o, comunque, risolvere un problema conoscitivo. L’acquisizione di tali capacità verrà valutata sia in sede di presentazione e discussione dei lavori di gruppo previsti nei diversi insegnamenti, sia nei singoli esami di profitto (scritti e/o orali). Nella prova finale la commissione di laurea verificherà e valuterà l’autonomia di giudizio e la capacità di organizzare, argomentare e presentare un progetto sulla base delle conoscenze e competenze acquisite.</p>	
<p><b>Abilità comunicative</b></p>	<p>I laureati in “Management e Comunicazione d’Impresa saranno in grado di:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- esporre in forma verbale o scritta, presentare e discutere con interlocutori interni ed esterni i piani strategici ed i modelli di business;</li> <li>- illustrare e far comprendere le metodologie e gli strumenti per l’analisi dei dati economici che supportano le decisioni aziendali</li> <li>- esporre e far comprendere le metodologie e gli strumenti per la misurazione delle performance ed adottare le più appropriate modalità e forme di rendicontazione dei risultati;</li> <li>- presentare e discutere il quadro della regolamentazione obbligatoria e volontaria e le sue implicazioni per le scelte strategiche e gestionali</li> <li>- illustrare e far comprendere gli elementi del contesto socio-economico e finanziario su cui si fondano le assunzioni delle decisioni strategiche e gestionali</li> <li>- presentare i modelli di coordinamento organizzativo e di gestione delle risorse</li> </ul>	

	<p>umane</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- adottare le appropriate modalità di comunicazione per la gestione delle relazioni con i differenti interlocutori interni ed esterni</li> <li>- esporre, presentare e discutere i piani di comunicazione integrata;</li> <li>- comunicare e far comprendere i metodi e gli strumenti a supporto della costruzione di modelli identitari e culturali coerenti con le prospettive di crescita.</li> </ul> <p>Gli studenti svilupperanno abilità comunicative con la partecipazione interattiva alle lezioni, a seminari, a presentazioni di testimonianze aziendali.</p> <p>Contribuiranno inoltre l'interazione con i docenti e altri studenti, le discussioni e/o presentazioni di project-work sia individuali che di gruppo. Il momento della presentazione in aula dei lavori di gruppo rappresenta un importante momento di valutazione del livello di acquisizione delle capacità comunicative, così come gli esami di profitto in cui accertare le capacità comunicative scritte e/o orali. Per il superamento della prova finale gli studenti devono produrre e discutere un elaborato dimostrando adeguate abilità e capacità argomentative e comunicative sia in forma scritta, sia in forma orale, oggetto di valutazione da parte di apposita commissione.</p>	
<p><b>Capacità di apprendimento</b></p>	<p>I laureati in "Management e Comunicazione d'Impresa" sviluppano le capacità di apprendimento necessarie per aggiornare, approfondire ed evolvere in autonomia le conoscenze acquisite.</p> <p>La capacità di apprendimento è favorita dall'orientamento del corso di laurea a coniugare solidi fondamenti teorici e di metodo con sperimentazioni applicative, sia nei singoli insegnamenti che nelle esperienze che possono essere maturate dagli studenti con le Altre attività formative, quali i periodi di tirocinio e la prova finale. Gli studenti acquisiscono la capacità di mantenere attuali, ovvero ampliare o approfondire le proprie conoscenze, a seconda delle esigenze o delle opportunità che potranno manifestarsi nel percorso di carriera, o in percorsi formativi successivi quali i corsi di specializzazione, i corsi master di II livello e i dottorati di ricerca.</p> <p>La verifica dei risultati avviene mediante le diverse modalità di svolgimento degli esami (scritti e orali) e nell'ambito della preparazione e discussione della prova finale.</p>	



**QUADRO A1.a** | **Consultazione con le organizzazioni rappresentative - a livello nazionale e internazionale - della produzione di beni e servizi, delle professioni (Istituzione del corso)**

21/01/2025

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. Il 31 maggio 2024 è stata svolta una riunione preliminare di coordinamento nel corso della quale il Comitato è stato informato della attività di revisione del Corso di laurea ed è stato invitato a segnalare eventuali osservazioni sui profili professionali, sulle funzioni di contesto di lavoro, sulle competenze ed obiettivi e sui risultati di apprendimento dei singoli insegnamenti.

Il progetto di revisione del corso di studi è stato poi presentato agli interlocutori e dagli stessi giudicato positivamente il giorno 8 gennaio 2025.



## QUADRO A1.b

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

21/01/2025

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 previsa 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.

Il 31 maggio 2024 è stata svolta una riunione preliminare di coordinamento nel corso della quale il Comitato è stato informato della attività di revisione del Corso di laurea ed è stato invitato a segnalare eventuali osservazioni sui profili

professionali, sulle funzioni di contesto di lavoro, sulle competenze ed obiettivi e sui risultati di apprendimento dei singoli insegnamenti.

I suggerimenti raccolti hanno ispirato il progetto di revisione dell'offerta formativa con particolare riferimento alla trasmissione di competenze tecnico-operative oltre che teorico-interpretative, all'attualizzazione dei contenuti e all'attenzione rivolta verso le opportunità definite dai cambiamenti in atto tra cui in particolare la transizione digitale ed ambientale.

Il progetto di revisione del corso di studi è stato poi presentato il giorno 8 gennaio 2025 agli interlocutori che lo hanno giudicato positivamente apprezzando la coerenza tra figure professionali formate e conoscenze e competenze acquisite.

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



QUADRO A2.a

Profilo professionale e sbocchi occupazionali e professionali previsti per i laureati

## MANAGER DELLA PIANIFICAZIONE STRATEGICA E DELLA COMUNICAZIONE AZIENDALE.

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

Il laureato in Management e Comunicazione d'Impresa può assumere responsabilità di coordinamento e gestione delle attività di pianificazione strategica e della comunicazione aziendale interna ed esterna d'impresa in tutte le aree funzionali: istituzionale, economico-finanziaria, organizzativa e commerciale/di marketing.

Può quindi svolgere i seguenti compiti:

- Pianificazione strategica ed elaborazione del modello di business;
- Interpretazione degli scenari in cambiamento economico e dei mercati finanziari ed individuazione di nuovi indirizzi strategici per il rilancio e lo sviluppo dell'azienda;
- Analisi di mercato e gestione della regolamentazione per il posizionamento competitivo;
- Analisi ed interpretazione dei dati e delle informazioni aziendali, anche finalizzate alla misurazione e valutazione delle performance ed a supporto delle decisioni manageriali;
- Coordinamento ed organizzazione delle business unit, collaborazione e interazione con la direzione e con i responsabili delle diverse aree;
- Elaborazione della strategia comunicativa, pianificazione di un sistema integrato di comunicazione e controllo dell'efficacia delle attività di comunicazione, anche alla luce dell'evoluzione normativa in materia di sostenibilità ambientale, economica e sociale;

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

Il laureato dispone delle conoscenze e delle capacità per:

- Analizzare ed interpretare il contesto economico e finanziario, in chiave prospettica per sostenere gli indirizzi di cambiamento, con il coerente supporto delle metodologie e degli strumenti statistici, informatici e dell'AI;
- Coordinare le dinamiche decisionali, relazionali e negoziali con i portatori d'interesse interni ed esterni;
- Progettare e coordinare i piani strategici aziendali, anche in una prospettiva multi-stakeholder;
- Progettare e coordinare i piani di comunicazione integrata tradizionale e digitale, al fine di costruire e consolidare modelli identitari e culturali coerenti con i piani di crescita e sviluppo;
- Misurare e valutare le performance aziendali, con il coerente supporto delle metodologie e degli strumenti statistici, informatici e dell'AI.

#### **sbocchi occupazionali:**

- Aziende di piccole, medie e grandi dimensioni operanti in ambito industriale e dei servizi;
- Società di servizi e di consulenza strategica, ricerche di mercato e agenzie di comunicazione;
- Banche e società finanziarie;
- Pubblica amministrazione;
- Enti/centri di ricerca;
- Agenzie governative e ONG



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

09/04/2025

Costituisce criterio d'accesso il titolo di laurea conseguito nelle classi di 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 Economiche (L-33; LT 28, DM 04 Agosto 2000) Scienze Politiche e delle Relazioni Internazionali (L-36; LT 15, DM 04 Agosto 2000).

Le conoscenze degli studenti con un titolo di laurea maturato nelle classi indicate sono considerate adeguate per avviare il percorso di formazione magistrale.

Gli studenti provenienti da altre classi di laurea, rispetto a quelle indicate dovranno disporre di una buona conoscenza della lingua inglese e dovranno aver acquisito con la laurea una dotazione minima di 15 CFU complessiva nei settori scientifico disciplinari SECS-P/07, SECS-P/08, SECS-P/10, 6 CFU complessivi nei settori M-PSI/01, M-PSI/05, M-PSI/06 15 CFU complessivi nei settori INF/01, ING-INF/05; SECS-S/01; SECS-S/03; SECS-S/06 MAT/09.

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. Oltre a soddisfare tali requisiti, è prevista una verifica, obbligatoria, della personale preparazione, con modalità definite nel regolamento didattico. Solo gli studenti che possiedono i requisiti curriculari possono accedere a tale verifica. Non sono consentiti debiti formativi, ovvero obblighi formativi aggiuntivi, al momento dell'accesso.



07/04/2025

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: 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 Economiche (L-33; LT 28, DM 04 Agosto 2000) Scienze Politiche e delle Relazioni Internazionali (L-36; LT 15, 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 15 CFU complessiva nei settori scientifico disciplinari SECS-P/07, SECS-P/08, SECS-P/10, 6 CFU complessivi nei settori M-PSI/01, M-PSI/05, M-PSI/06, 15 CFU complessivi nei settori INF/01, ING-INF/05; SECS-S/01; SECS-S/03; SECS-S/06 MAT/09.

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 non 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>



07/04/2025

Le attività affini ed integrative supportano le discipline aziendalistiche nel raggiungimento degli obiettivi formativi fornendo conoscenze utili alla comprensione ed analisi dei processi di comunicazione e delle decisioni strategico-organizzative. Sviluppano le competenze di metodo in ambito informatico, quantitativo e delle scienze sociali, per dotare i laureati degli strumenti e tecniche della ricerca sociale utili al rafforzamento delle competenze trasversali di analisi critica e di comprensione degli scenari. Forniscono i fondamenti teorici, i principali approcci metodologici e gli strumenti applicativi per valorizzare le abilità comunicative e la capacità di interazione tra individui, anche sfruttando le opportunità fornite dalle nuove tecnologie.



18/02/2025

La prova finale consiste nella predisposizione e nella discussione di una tesi su di uno specifico tema di ricerca sviluppato in modo originale e approfondito dallo studente. La tesi si compone di un'attenta rassegna teorica focalizzata su tematiche attuali e coerenti con il percorso di studio, contestualizzando l'analisi in specifici ambiti e/o realtà aziendali. Essa può essere ulteriormente approfondita attraverso una parte sperimentale, descrivendone e motivandone la metodologia di analisi ed i risultati originali ottenuti. L'elaborato finale deve essere in ogni caso coerente con gli obiettivi formativi specifici del corso di laurea magistrale e deve dimostrare la capacità dello studente di operare in modo autonomo. Durante il momento dedicato alla discussione dell'elaborato il laureando deve dimostrare alla commissione di laurea padronanza degli argomenti, capacità di sostenere in modo critico ed argomentato le proprie posizioni e idonee capacità comunicative.



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. Si tenga presente che Il regolamento didattico del corso di laurea magistrale in Management e comunicazione d'impresa è in fase di revisione per recepire le modifiche recentemente intervenute all'ordinamento didattico del corso

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/05	Anno di corso 1	Analisi statistica dei dati per la ricerca di mercato <a href="#">link</a>	MARTINI MARIA CRISTIANA <a href="#">CV</a>	PA	9	72	
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/11	Anno di corso 1	Bilancio e gestione bancaria <a href="#">link</a>	VEZZANI PAOLA <a href="#">CV</a>	PO	12	96	
5.	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	
6.	SECS-P/11	Anno di corso 1	Comunicazione finanziaria <a href="#">link</a>	FERRETTI RICCARDO <a href="#">CV</a>	PO	12	96	
7.	IUS/05	Anno di corso 1	Diritto dell'economia dei mercati <a href="#">link</a>	LEMME GIULIANO <a href="#">CV</a>	PO	9	72	
8.	IUS/07	Anno di corso 1	Diritto delle risorse umane <a href="#">link</a>	LEVI ALBERTO <a href="#">CV</a>	PO	3	24	
9.	M-PSI/05	Anno di corso 1	M1 - Psicologia della persuasione ( <i>modulo di Teorie e strumenti per la ricerca sociale</i> ) <a href="#">link</a>	GRAZIANI ANNA RITA <a href="#">CV</a>	PA	6	48	
10.	M-PSI/05	Anno di corso 1	M2 - Tecniche di raccolta dei dati ( <i>modulo di Teorie e strumenti per la ricerca sociale</i> ) <a href="#">link</a>	CAVAZZA NICOLETTA <a href="#">CV</a>	PO	6	48	
11.	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	
12.	SECS-P/08	Anno di	Marketing and Management Camp <a href="#">link</a>	MELIOLI ANDREA <a href="#">CV</a>	ID	9	72	

		corso 1						
13.	SECS- P/10	Anno di corso 1	People Management <a href="#">link</a>	SCAPOLAN ANNA CHIARA <a href="#">CV</a>	PA	6	48	
14.	M- PSI/01 M- PSI/05	Anno di corso 1	Psicologia applicata <a href="#">link</a>				12	
15.	M- PSI/05	Anno di corso 1	Teorie e strumenti per la ricerca sociale <a href="#">link</a>				12	
16.	SECS- P/07	Anno di corso 2	Bilancio e gestione delle performance <a href="#">link</a>				9	
17.	SECS- P/08	Anno di corso 2	Brand Communication <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/02	Anno di corso 2	M1 - Scenari economici e competitivi ( <i>modulo di Scenari economici e competitivi</i> ) <a href="#">link</a>				6	
20.	SECS- P/06	Anno di corso 2	M2 - Scenari economici e competitivi ( <i>modulo di Scenari economici e competitivi</i> ) <a href="#">link</a>				6	
21.	SECS- P/10	Anno di corso 2	Organizzazione e management della cultura e della creatività <a href="#">link</a>				6	
22.	SECS- P/08	Anno di corso 2	Pianificazione della comunicazione d'impresa <a href="#">link</a>				9	
23.	SECS- P/02 SECS- P/06	Anno di corso 2	Scenari economici e competitivi <a href="#">link</a>				12	

24.	SECS-P/07	Anno di corso 2	Strategia e management della sostenibilità <a href="#">link</a>	6
25.	NN	Anno di corso 2	Tirocinio/altre attività <a href="#">link</a>	9

▶ 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.

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

28/05/2024

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.

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>

20/05/2024

Il Dipartimento di Comunicazione ed Economia promuove e gestisce l'offerta di tirocini formativi e di orientamento (stage) 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>



*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 od Nicosia		11/11/2013	solo italiano
3	Colombia	Universidad de Monterrey		24/02/0202	solo italiano
4	Francia	Ecole Superieure 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	Universit� de Poitiers - Faculty of Economics		22/11/2023	solo italiano
8	Francia	Universit� de Poitiers - IAE		15/07/2019	solo italiano
9	Germania	Techinsche Universitat 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

20/05/2024

L'attività di orientamento e accompagnamento al lavoro viene gestita sia a livello di Ateneo, sia a livello di Dipartimento. 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

20/05/2024

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.

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 <sup>28/08/2025</sup> 2024-2025 rilevano un buon livello di soddisfazione. Alcuni indicatori non raggiungono la soglia di soddisfazione dell'80% e si tratta di D01 riguardante l'adeguatezza delle conoscenze preliminari possedute che si assesta al 77,2% contro l'80,5% del precedente anno, il D02, riguardante la proporzionalità del carico di studio ai crediti assegnati, che si attesta al 78,1% contro il 79,1% dell'anno precedente, di D09 riguardante la coerenza dello svolgimento del corso con quanto dichiarato sul sito web che rileva un valore del 76% in significativa diminuzione rispetto al precedente anno (92,1%) e di D15, relativo al carico di studio complessivo nel periodo di riferimento, ritenuto accettabile per il 71,8% dei rispondenti contro il 73,8% dell'anno precedente. Lo stesso indicatore di soddisfazione sull'organizzazione didattica complessiva (D16) denota una flessione rispetto al biennio precedente attestandosi al 76%. Tali indicatori mostrando una flessione rispetto all'anno precedente, saranno oggetto di approfondimento del CdS.

La soddisfazione sui singoli insegnamenti si conferma elevata (valori >dell'80%). Le OPIS riconoscono il ruolo attivo del docente nello stimolare l'interesse verso la disciplina (D06) con un valore dell'82,1%, anche se in leggera flessione. La chiarezza espositiva del docente (D07) registra un apprezzamento dell'83,6%, anche esso lievemente inferiore rispetto l'anno precedente. Il rispetto degli orari di lezione, esercitazioni ed altre attività didattico (D05) riceve un valore del 89,2% rispetto al 90,9% del 2023-2024. L'adeguatezza del materiale didattico (D03) registra un apprezzamento dell'82,8%, la chiarezza delle indicazioni sulle modalità di svolgimento dell'esame (D04) si assesta all'86,9%. Mantengono livelli di soddisfazione elevati l'utilità delle attività didattiche integrative all'apprendimento della materia (D08) e la reperibilità del docente per chiarimenti e spiegazioni (D10) che si attestano, rispettivamente, e 86,7% e al 89,0%. Inoltre, i rispondenti dichiarano un interesse agli argomenti trattati nel corso (D11) che si attesta all'82,1%.

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'81,3%. Considerando un quadro complessivo in cui gli indicatori mostrano una flessione rispetto all'anno precedente, saranno oggetto di approfondimento da parte del CdS. Si rileva che il corso di laurea è stato oggetto di attività di revisione di ordinamento e talune delle problematiche emerse in sede di analisi dati sono state già oggetto di discussione in fase di aggiornamento della proposta formativa. I risultati delle decisioni e azioni intraprese saranno visibili nei prossimi anni accademici.

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

Pdf inserito: [visualizza](#)

28/08/2025

I dati Almalaurea 2025 sulla soddisfazione dei laureati in Management e Comunicazione d'Impresa si riferiscono all'anno 2024 ed a 131 intervistati su 151 laureati, pari all'87%. Gli intervistati sono di sesso femminile per il 59% e di sesso maschile per il 41%.

La soddisfazione dei laureati per il rapporto con i docenti si mantiene elevata, attestandosi complessivamente (somma valutazioni "Decisamente SI" e "Più SI che NO") all'85%, leggermente superiore rispetto alla media degli ultimi tre anni, in cui il valore è dell'84%. I risultati del CdS sono inferiori all'Area Geografica per la classe di laurea che registra un 91% nel 2024, (media del triennio 90%), ed al dato nazionale per classe di laurea che rileva il 92%, con una media sugli ultimi tre anni del 91%.

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 (15% 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 (69% nel 2024, con una media nel triennio dell'75%, contro l'84% ed una media sul triennio dell'86% per l'area geografica per la classe di laurea ed il 79% ed una media sul triennio dell'87% 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'89%), tendenzialmente in linea con il 91% dell'Area Geografica e della media nazionale (valore medio degli ultimi tre anni pari all'91% per l'Area Geografica e per la media nazionale). Il 96% dei laureati ritiene che il carico di studio degli insegnamenti sia eccessivo, con una media sul triennio del 94%, mentre è significativamente positiva la valutazione di adeguatezza dei materiali didattici forniti, con un apprezzamento complessivo del 95% dei laureati del CdS ed una media degli ultimi tre anni del 95%.

L'organizzazione degli esami è ritenuta complessivamente soddisfacente dall'83% dei laureati nel CdS, con una media degli ultimi tre anni del'85%. Questo risultato è inferiore di alcuni punti all'Area Geografica per classe di laurea che rileva il 90%, con media sul triennio del 91% ed al dato medio nazionale per classe di laurea che rileva l'89%, con una media del triennio del 90%. Il 69% dei laureati si iscriverebbe nuovamente allo stesso CdS, contro il 74% dell'Area Geografica per la classe di laurea ed il 77% della media nazionale. Il 4% si iscriverebbe ad un altro CdS dello Stesso Ateneo, rispetto al 9% dell'Area Geografica per Classe di laurea e all'8% della media nazionale. Il 14% si iscriverebbe allo stesso CdS in altro Ateneo, contro il 7% rilevato per l'Area Geografica per la classe di laurea e il 6% per la media nazionale.

Il 90% dei laureati in Management e Comunicazione d'Impresa si dichiara complessivamente soddisfatto del CdS, lievemente inferiore alla media degli ultimi tre anni che si attesta al 91%. 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'91% dei laureati, contro il 92% dell'Area Geografica per la classe di laurea ed il 89% del dato nazionale. L'apprezzamento si conferma anche per le postazioni informatiche, ritenute adeguate dal 67% dei laureati del CdS, contro il 73% 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 71% ed il dato nazionale è il 67%. Sulle altre attrezzature utilizzate per la didattica si registra il giudizio positivo del 93% degli intervistati, con una media sul triennio del 95%. Il corrispondente valore dell'Area Geografica per classe di laurea si attesta invece al 91% (90% nel triennio), mentre la media nazionale rileva l'86% (media degli ultimi tre anni 85%). Il giudizio di adeguatezza sugli spazi per lo studio individuale si attesta al 71% (74% della media del triennio) valore superiore sia all'Area Geografica per la classe di laurea che registra un valore del 68% ed un valore medio del triennio pari al 70% che alla media nazionale che si attesta al 66%, con una media degli ultimi tre anni del 67%. La valutazione sulla fruizione dei servizi delle Biblioteche è complessivamente positiva per il 93% degli intervistati, con un

lieve miglioramento rispetto al 95% della media degli ultimi tre anni. Questo dato è lievemente inferiore 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 93% nel 2024, anch'esso stabile negli ultimi tre anni.

L'esperienza all'estero ha coinvolto il 14% dei laureati del CdS, inferiore al valore rilevato per l'Area Geografica per classe di laurea (20%) e dalla media nazionale (16%). Il dato del CdS è in lieve flessione rispetto al 17% rilevato nella media degli ultimi tre anni. Il 94% dei laureati che hanno trascorso un periodo di studi all'estero ha sostenuto esami durante questa esperienza e ne esprime un giudizio positivo. Questo indicatore risulta superiore rispetto sia a quanto rilevato per l'Area Geografica per classe di laurea (91%), sia per la media nazionale (91%).

Si osserva un risultato positivo del CdS anche in relazione ai tirocini ed agli stage riconosciuti. Questa attività formativa è stata svolta dall'85% degli intervistati ed il valore è superiore alla media degli ultimi tre anni (82%). L'Area Geografica per la classe di laurea rileva un 67%, con una media sul triennio del 69%, mentre la media nazionale si attesta al 53%, con una media sul triennio del 55%. Sul tirocinio o stage compiuto, il giudizio espresso è positivo per il 94% degli intervistati, con un incremento nel 2024 di 2 punti, rispetto alla media degli ultimi tre anni che rileva il 93%.

Il 74% 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 74% e con la media nazionale che rileva il 71%. Risulta in linea con gli aggregati di riferimento la componente dei laureati che ha svolto attività lavorativa con continuità a tempo pieno, poiché il CdS registra il 26%, come l'Area Geografica per classe di laurea, mentre la media nazionale, (24%) è inferiore. Inoltre, il 60% dei laureati dichiara di avere lavorato per più del 75% del tempo, il 21% per un tempo compreso tra il 50% ed il 75% ed il 14% 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 69% dei laureati), per l'orientamento al lavoro (per il 76% dei laureati), di sostegno al lavoro (per il 75% dei laureati), Ufficio placement (per il 79% dei laureati) e per i servizi della Segreteria (per il 72% dei laureati).

Descrizione link: Dati Dipartimento di Comunicazione ed Economia

Link inserito: <https://www.presidioqualita.unimore.it/site/home/area-riservata/dati-cds/articolo56071182.html>



## ▶ QUADRO C1

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

*28/08/2025*

Nell'anno accademico 2024-2025 gli immatricolati e iscritti al primo anno del corso di laurea magistrale in Management e Comunicazione d'Impresa sono stati 113, in leggera flessione rispetto ai 126 dell'anno precedente, ma superiori alla media del triennio che si attesta al numero di 108. 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. Il numero degli avvisi di carriera al I anno, pari a 121, è inferiore al 2023-2024, e ai valori del 2019-2020, del 2020-2021 e del 2021-2022. Le iscrizioni dell'anno accademico 2024-2025 si mantengono, peraltro, notevolmente superiori a quelle dell'Area Geografica per la classe di laurea (n.64) e del dato nazionale (n.89).

Gli iscritti regolari ai fini del CSTD sono 249, contro 135 dell'area geografica classe di laurea LM-77 e 177 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 2024-2025 al 70,2%, contro il 45,4% dell'area geografica Classe di Laurea LM-77 e dal 35,9% 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 2023-2024 (dato più recente disponibile) sono il 94,4%, in leggera diminuzione rispetto all'anno accademico precedente. La media degli ultimi tre anni è il 93,8%. Il risultato del CdS mostra quindi un progressivo avvicinamento ai corrispondenti valori sia dell'Area Geografica, sia della media nazionale superiori di 2 punti percentuali.

Gli abbandoni si attestano al 7%, in diminuzione rispetto all'8,2% dell'anno precedente, e inferiori alla media del triennio (7,5%). Il dato resta ancora di alcuni punti percentuali superiore ai corrispondenti valori dell'Area Geografica classe di laurea LM-77 (4,8%) e nazionale (5,3%).

Resta inferiore ai valori di classe di riferimento e nazionale il numero di CFU conseguiti al I anno, pari nel 2023-2024 al 59,6%. Questo valore esprime un miglioramento rispetto all'anno precedente, anche se permane sotto la media del triennio (60,7%). L'andamento di questo indicatore continuerà ad essere attentamente seguito anche nel prossimo futuro al fine di un progressivo allineamento agli aggregati di riferimento.

Si registra un miglioramento nella percentuale di studenti che si iscrive al II anno avendo acquisito almeno 2/3 dei CFU previsti al I anno che sale al 42,9% dal 31,8% dell'anno precedente. Il dato permane 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.a. Si rileva un valore del 46,2% nel 2023-2024, in miglioramento rispetto al 42,9% del 2022-2023. Il corrispondente valore del 2023-2024 per l'Area Geografica è il 72,3% ed il dato nazionale si attesta al 74,1%. Il valore non soddisfacente anche di questo indicatore rispetto ai corrispondenti valori degli aggregati di riferimento resterà oggetto di approfondimento nel CdS.

Peggiora rispetto all'anno precedente la percentuale di CFU acquisita all'estero che si scende al 3,8% valore inferiore ai corrispondenti dell'Area Geografica per la classe di laurea (5,1%) e della media nazionale per classe di laurea (5,4%). In diminuzione è la percentuale dei laureati che entro la durata normale del corso che hanno conseguito almeno 12 CFU all'estero. Il valore relativo all'anno accademico 2024-2025 si attesta al 14,5%, inferiore di qualche punto percentuale con l'area geografica della classe di laurea (19,1%) e con il dato nazionale (22,3%).

La percentuale dei laureati entro la durata normale del corso si attesta, nell'a.a. 2024-2025, al 45,7%. Gli ultimi anni mostrano oscillazioni che si sintetizzano in una media degli ultimi tre anni pari al 56,4%. Questo valore è significativamente inferiore al corrispondente valore dell'area geografica di riferimento della classe di laurea (75% nel 2024-2025 e media degli ultimi tre anni pari al 78,3%) e del riferimento nazionale (76,7% nel 2023-2024 e media degli ultimi tre anni pari all' 79,8%).

Analogo andamento si registra nella percentuale di immatricolati che si laureano entro un anno oltre la durata normale del corso: nell'a.a. 2023-2024 il valore si attesta al 68,8% con una media sull'ultimo triennio del 66%. Si mantiene una distanza significativa rispetto ai corrispondenti risultati sia dell'area geografica della classe di laurea (82% nel 2023-2024 e 81,7% il valore medio dell'ultimo triennio) che del dato nazionale della classe di laurea (82,4% nell'a.a. 2023-2024 e 81,5% 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 2024-2025 a 15,5, in miglioramento, ma ancora superiore ai corrispondenti valori dell'Area geografica per la classe di laurea (8,82) ed al dato nazionale (9,34).

La percentuale di docenza erogata da docenti a tempo indeterminato, sul totale delle ore di docenza erogata, nell'a.a. 2024-2025 è pari al 73,1%, in aumento rispetto all'anno precedente e pressoché allineata alla media del triennio che si attesta al 73,4%. Il risultato del corso di studi si colloca lievemente al di sotto del valore di riferimento dell'area geografica (74%) e superiore al valore della classe di laurea e nazionale (67,8%).

Il rapporto studenti/docenti rileva una diminuzione rispetto all'anno precedente, segnale degli effetti positivi delle attività di contenimento introdotte.

Il rapporto studenti iscritti/docenti complessivo rileva, nel 2024-2025, un valore di 36,3 che nonostante una diminuzione di circa 10 punti percentuali rispetto all'anno precedente permane ancora superiore rispetto agli aggregati territoriali di riferimento. Si osserva invece un rapporto più equilibrato e maggiormente prossimo ai valori degli aggregati di riferimento nell'indicatore relativo al rapporto studenti iscritti/docenti del I anno che si attesta a 21 contro i valori di 19,65 e 16,87 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/dati-cds/articolo56071182.html>



QUADRO C2

Efficacia Esterna

La situazione occupazionale dei laureati in Management e Comunicazione d'Impresa ad un anno dalla laurea (Dati <sup>28/08/2025</sup> AlmaLaurea 2025) si riferisce all'anno 2023 con 160 laureati (laureati di cui 28% di sesso maschile e 73% di sesso femminile) ed un campione di 112 intervistati, pari all'70%. Il numero dei laureati è in linea con la media del triennio, pari a 158 laureati.

I dati riportano una situazione occupazionale ad un anno in cui il 88% dei laureati dichiara di svolgere attività lavorativa, contro l'87% della media nazionale e il 90% dell'Area Geografica per la classe di Laurea. Osservando i valori medi degli ultimi tre anni, i laureati del CdS che lavorano mostrano valori in linea con gli aggregati di riferimento, attestandosi al 87% contro, rispettivamente il 88% ed il 85% dell'Area Geografica e della media nazionale. I laureati che non lavorano e non cercano rappresentano il 5% perfettamente in linea con l'Area Geografica e della media nazionale (5%). Il valore medio degli ultimi tre anni conferma il dato poiché i laureati del Cds che non lavorano e non cercano costituiscono il 6%, in linea con l'Area Geografica (6%) e leggermente inferiore alla media nazionale (7%).

Il tasso di occupazione dei laureati del Cds si attesta nel 2023 all'88%, con una media degli ultimi tre anni del 87%. I corrispondenti valori dell'Area geografica per la classe di laurea sono il 90% per il 2023 e l'88% per la media del triennio. Il valore della media nazionale indica un tasso di occupazione del 87% per il 2023 e dell'85% per la media degli ultimi tre anni. I laureati del CdS mostrano nel 2023 un tasso di disoccupazione del 5% (con una media degli ultimi tre dell'8%), rispetto all'Area Geografica per la classe di laurea del 5% (con una media degli ultimi tre anni pari al 5%) ed alla media nazionale del 7% (con una media degli ultimi tre anni pari al 7%).

Si riscontra un sostanziale allineamento nella percentuale di laureati che proseguono il lavoro iniziato prima di intraprendere il corso di studi, con valori che si collocano nel triennio 2021-2023 tra il 14% (2021) ed il 28% (2023) per il CdS. I valori del 2023 si presentano in linea con l'Area Geografica per la classe di laurea (29%) e la media nazionale (27%). Lievemente migliori si rivelano anche i dati del 2023 relativi ai laureati che non proseguono il lavoro iniziato prima, in linea i dati relativi

al triennio. Il CdS si attesta al 22% (con una media degli ultimi tre anni al 19%), mentre l'Area Geografica per la classe di laurea rileva il 20% (20% nella media degli ultimi tre anni) ed il dato nazionale riporta il 18% (19% 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 62% nel 2023, in diminuzione rispetto al 66% 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 36%, con una media del triennio del 37%; la media nazionale rileva, invece, un 21%, stabile nel triennio. L'area geografica del lavoro si riferisce, inoltre, al nord (Esclusa l'Emilia Romagna) per il 19%, al centro per il 3% e al 8% al sud e nelle isole. L'area geografica del lavoro è l'estero per il 7% dei laureati del CdS, superiore sia all'area geografica per la classe di laurea (5%), sia alla media nazionale (4%).

I dati sulla retribuzione media dei laureati si attestano nel 2023 per i maschi, ad euro 1.727 (media del triennio pari ad euro 1.594), superiori rispetto ad euro 1.694 (media del triennio pari ad euro 1.616) per l'Area Geografica per la classe di laurea ad euro 1.639 (media del triennio pari ad euro 1.549) per la media nazionale. Per le femmine la retribuzione media è di euro 1.586 (media del triennio pari ad euro 1.432), leggermente inferiore rispetto ad euro 1.618 (media del triennio pari ad euro 1.516) per l'Area Geografica per la classe di laurea e tendenzialmente in linea con euro 1.588 (media del triennio pari ad euro 1.498) della media nazionale.

L'utilizzo delle competenze acquisite nel CdS è considerato elevato per il 39% dei laureati (dato 2023 e triennale) nel CdS, rispetto al 54% dell'Area Geografica (53% media triennio) ed al 52% della media nazionale (51% triennio). Anche il giudizio sull'efficacia della laurea nel lavoro svolto (42%) rimane al di sotto dei valori dell'Area Geografica (59%) per la classe di laurea e della media nazionale (57%). Superiore è invece il giudizio "Abbastanza efficace" che per il CdS vale il 44%, contro il 36% dell'Area Geografica per la classe di laurea ed al 36% della media nazionale. L'indicatore di soddisfazione per il lavoro svolto registra per il CdS un giudizio di 7,5 (media del triennio pari a 7,6), rispetto al 7,8 (media del triennio corrispondente a 7,8) per l'Area Geografica per la classe di laurea ed al 7,8 (media del triennio corrispondente a 7,8) per la media nazionale. La formazione professionale acquisita (lavoratori) mostra un certo apprezzamento con un valore del giudizio "Molto" al 47% per il CdS, inferiore rispetto all'Area Geografica per la classe di laurea che registra il 65% e alla media nazionale il cui valore è del 64%.

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 professioni tecniche dell'organizzazione e dell'amministrazione per il 38% in posizioni di project manager ed altri ruoli di esperti delle scienze gestionali per il 26%, in attività di addetto al personale, impiegato amministrativo, videoterminale o addetto alla segreteria per il 19%.

La soddisfazione per il lavoro svolto conferma valutazioni generalmente 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/dati-cds/articolo56071182.html>



QUADRO C3

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

L'Ufficio Stage del Dipartimento ha effettuato elaborazioni che evidenziano, relativamente all'anno solare 2024, giudizi <sup>15/09/2025</sup> altamente positivi espressi dagli enti ospitanti sull'adeguatezza delle competenze di base (97,1% domanda B1) e sull'impegno profuso dai tirocinanti (97,2% domanda B2).

Gli obiettivi formativi del tirocinio (Domanda B4) si ritengono raggiunti complessivamente per il 100% dei rispondenti, in ulteriore miglioramento rispetto ai già ottimi risultati emersi già nella precedente rilevazione. Gli enti ospitanti ritengono complessivamente soddisfacente l'attività dei tirocinanti per il 97,2% dei rispondenti. Più in dettaglio, gli elementi particolarmente apprezzati da parte degli enti ospitanti (domanda B3) sono state le competenze tecnico-professionali (66,67%), l'uso di strumenti o dispositivi specifici (80,56%), la capacità di adattamento alle nuove situazioni (80,56%),

quella di lavorare in gruppo (79,17%) e per obiettivi in base a tempistiche prefissate (76,39%); su livelli inferiori si sono posizionate la capacità di affrontare e risolvere problemi, offrendo soluzioni innovative ed alternative nella gestione di un lavoro (68,06%) e la padronanza delle lingue straniere (44,44%).

I tutor aziendali sono in prevalenza imprenditori (27,14) e responsabili delle risorse umane (21,43%), e in misura più limitata dirigenti (7,14%).

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 capacità di applicazione delle conoscenze, ottima conoscenza della lingua inglese, rapidità di apprendimento, autonomia nella pianificazione delle attività, entusiasmo, serietà ed affidabilità. Rimangono spazi di miglioramento sulla consapevolezza delle proprie capacità e sulla conoscenza informatiche.

A seguito del tirocinio quasi il 30% delle aziende intervistate ha fatto una proposta di lavoro al tirocinante declinata in differenti forme di collaborazione. La modalità più ricorrente è quella del contratto a tempo determinato (23,81%), seguita dal contratto di collaborazione occasionale (14,29%).

Infine, è il 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.

Descrizione link: Opinioni di enti e imprese con accordi di stage/tirocinio curriculare

Pdf inserito: [visualizza](#)



## ▶ 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 R - 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/servizi/tasse-e-benefici">https://www.unimore.it/it/servizi/tasse-e-benefici</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>	LAZZINI Arianna
<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.	CRFPRP62M20F257N	CERFOGLI	Pierpio	SECS-P/11	13/B4	ID	1	
3.	FRRRCR58P15H223G	FERRETTI	Riccardo	SECS-P/11	13/B4	PO	1	
4.	LZZRNN77L43E463L	LAZZINI	Arianna	SECS-P/07	13/B1	PA	1	
5.	MRNMHL65T27F205P	MARIANI	Michele	M-PSI/01	11/E1	RU	1	
6.	RVZRRT58E21G337F	RAVAZZONI	Roberto	SECS-P/08	13/B2	PO	1	
7.	SVALS74P12F257C	SAVOIA	Alessandro	SECS-P/07	13/B1	ID	1	
8.	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
DI TOMA	Paolo		Docente di ruolo
GALLI	Giovanna		Docente di ruolo

FERRETTI	Riccardo	Docente di ruolo
VEZZANI	Paola	Docente di ruolo

## ▶ Programmazione degli accessi

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

## ▶ Sede del Corso

<b>Sede: 035033 - REGGIO EMILIA Allegri 9 42100</b>	
Data di inizio dell'attività didattica	12/09/2025
Studenti previsti	122

## ▶ Eventuali Curriculum

COMUNICAZIONE E IMMAGINE D'IMPRESA	3-363^2025^3-363-2^246
GENERAL MANAGEMENT	3-363^2025^3-363-1^246

## ▶ Sede di riferimento Docenti, Figure Specialistiche e Tutor

### Sede di riferimento DOCENTI

COGNOME	NOME	CODICE FISCALE	SEDE
CAVAZZA	Nicoletta	CVZNL64C69B249L	REGGIO EMILIA

FERRETTI	Riccardo	FRRRCR58P15H223G	REGGIO EMILIA
SCAPOLAN	Annachiara	SCPNCH77T44H823Y	REGGIO EMILIA
SAVOIA	Alessandro	SVALSN74P12F257C	REGGIO EMILIA
MARIANI	Michele	MRNMHL65T27F205P	REGGIO EMILIA
RAVAZZONI	Roberto	RVZRRT58E21G337F	REGGIO EMILIA
LAZZINI	Arianna	LZZRNN77L43E463L	REGGIO EMILIA
CERFOGLI	Pierpio	CRFPRP62M20F257N	REGGIO EMILIA

#### Sede di riferimento FIGURE SPECIALISTICHE

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

Figure specialistiche del settore non indicate

#### Sede di riferimento TUTOR

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



## Altre Informazioni



**Codice interno all'ateneo del corso** 3-363^2025^PDS0-2025^246

**Massimo numero di crediti riconoscibili** 24 max 24 CFU, da DM 931 del 4 luglio 2024

### Corsi della medesima classe

- Direzione e Consulenza di Impresa
- International Management
- Relazioni di lavoro



## Date delibere di riferimento



Data di approvazione della struttura didattica 10/04/2025

Data di approvazione del senato accademico/consiglio di amministrazione 15/04/2025

Data della consultazione con le organizzazioni rappresentative a livello locale della produzione, servizi, professioni 31/05/2024 - 08/01/2025

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>



## Certificazione sul materiale didattico e servizi offerti [corsi telematici]

R<sup>AD</sup>

Offerta didattica erogata

	Sede	Coorte	CUIN	Insegnamento	Settori insegnamento	Docente	Settore docente	Ore di didattica assistita
1	035033	2025	172504289	<b>Analisi statistica dei dati per la ricerca di mercato</b> <i>semestrale</i>	SECS-S/05	Maria Cristiana MARTINI <a href="#">CV</a> <i>Professore Associato confermato</i>	SECS-S/05	<a href="#">72</a>
2	035033	2025	172504290	<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	035033	2025	172504291	<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	035033	2025	172504293	<b>Bilancio e gestione bancaria</b> <i>semestrale</i>	SECS-P/11	Paola VEZZANI <a href="#">CV</a> <i>Professore Ordinario</i>	SECS-P/11	<a href="#">96</a>
5	035033	2024	172501907	<b>Bilancio e modelli di reporting</b> <i>semestrale</i>	SECS-P/07	<b>Docente di riferimento</b> Alessandro SAVOIA <a href="#">CV</a> <i>Attivita' di insegnamento (art. 23 L. 240/10)</i>	SECS-P/07	<a href="#">72</a>
6	035033	2025	172504294	<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>
7	035033	2025	172504296	<b>Comunicazione finanziaria</b> <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="#">96</a>
8	035033	2025	172504301	<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>
9	035033	2025	172504303	<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>
10	035033	2024	172501921	<b>Finanza per la crescita</b> <i>semestrale</i>	SECS-P/11	<b>Docente di riferimento</b> Pierpio	SECS-P/11	<a href="#">48</a>

CERFOGLI [CV](#)  
Attività di  
insegnamento  
(art. 23 L.  
240/10)

11	035033	2025	172504331	<b>M1 - Psicologia della persuasione</b> (modulo di Teorie e strumenti per la ricerca sociale) <i>semestrale</i>	M-PSI/05	Anna Rita GRAZIANI <a href="#">CV</a> Professore Associato (L. 240/10)	M-PSI/05	<a href="#">48</a>
12	035033	2025	172504344	<b>M2 - Tecniche di raccolta dei dati</b> (modulo di Teorie e strumenti per la ricerca sociale) <i>semestrale</i>	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>
13	035033	2025	172504345	<b>M2 - User experience design</b> (modulo di Psicologia applicata) <i>semestrale</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	035033	2025	172504346	<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	035033	2024	172501948	<b>Modulo 1</b> (modulo di Scenari economici e competitivi) <i>semestrale</i>	SECS-P/01	Fittizio DOCENTE		48
16	035033	2024	172501950	<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	Daniele TIRELLI <a href="#">CV</a> Attività di insegnamento (art. 23 L. 240/10)	SECS-P/01	<a href="#">48</a>
17	035033	2024	172501952	<b>Modulo 2</b> (modulo di Scenari economici e competitivi) <i>semestrale</i>	SECS-P/06	Fittizio DOCENTE		48
18	035033	2024	172501953	<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	035033	2024	172501955	<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	035033	2025	172504353	<b>People Management</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>	
21	035033	2024	172501958	<b>Pianificazione della comunicazione d'impresa</b> <i>semestrale</i>	SECS-P/08	Marcello TEDESCHI <a href="#">CV</a> <i>Professore Ordinario (L. 240/10)</i>	SECS-P/08	<a href="#">72</a>	
22	035033	2024	172501965	<b>Strategia e management della sostenibilità</b> <i>semestrale</i>	SECS-P/07	<b>Docente di riferimento</b> Arianna LAZZINI <a href="#">CV</a> <i>Professore Associato (L. 240/10)</i>	SECS-P/07	<a href="#">48</a>	
23	035033	2024	172501971	<b>Tirocinio/altre attività</b> <i>semestrale</i>	Non e' stato indicato il settore dell'attivita' formativa	<b>Docente di riferimento</b> Arianna LAZZINI <a href="#">CV</a> <i>Professore Associato (L. 240/10)</i>	SECS-P/07	<a href="#">50</a>	
24	035033	2024	172501971	<b>Tirocinio/altre attività</b> <i>semestrale</i>	Non e' stato indicato il settore dell'attivita' formativa	Paolo DI TOMA <a href="#">CV</a> <i>Professore Ordinario (L. 240/10)</i>	SECS-P/07	<a href="#">50</a>	
25	035033	2024	172501971	<b>Tirocinio/altre attività</b> <i>semestrale</i>	Non e' stato indicato il settore dell'attivita' formativa	Giovanna GALLI <a href="#">CV</a> <i>Professore Ordinario</i>	SECS-P/08	<a href="#">50</a>	
								ore totali	1398

#### Navigatore Repliche

	Tipo	Cod. Sede	Descrizione Sede Replica
--	------	-----------	--------------------------

PRINCIPALE

**Curriculum: COMUNICAZIONE E IMMAGINE D'IMPRESA**

Attività caratterizzanti	settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
Discipline Aziendali	SECS-P/07 Economia aziendale ↳ <i>Business planning e controllo strategico (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>	51	51	48 - 57
	SECS-P/08 Economia e gestione delle imprese ↳ <i>Analisi strategica per il posizionamento di marketing (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>			
	↳ <i>Brand Communication (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>Comunicazione finanziaria (1 anno) - 12 CFU - annuale - obbl</i>				
Discipline Economiche	SECS-P/02 Politica economica ↳ <i>M1 - Scenari economici e competitivi (2 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>	12	12	12 - 12
	SECS-P/06 Economia applicata ↳ <i>M2 - Scenari economici e competitivi (2 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>			

Discipline Statistiche e Matematiche	SECS-S/05 Statistica sociale ↳ <i>Analisi statistica dei dati per la ricerca di mercato (1 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i>	9	9	6 - 12
Discipline Giuridiche	IUS/05 Diritto dell'economia ↳ <i>Diritto dell'economia dei mercati (1 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i>	9	9	6 - 12
<b>Minimo di crediti riservati dall'ateneo: - (minimo da D.M. 48)</b>				
<b>Totale attività caratterizzanti</b>			81	72 - 93

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 - semestrale - obbl</i>	12	12	12 - 18 min 12
	M-PSI/05 Psicologia sociale ↳ <i>M1 - Psicologia della persuasione (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>			
<b>Totale attività Affini</b>			12	12 - 18

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

Totale Altre Attività	27	27 - 30
-----------------------	----	---------

CFU totali per il conseguimento del titolo	120	
CFU totali inseriti nel curriculum <b>COMUNICAZIONE E IMMAGINE D'IMPRESA:</b>	120	111 - 141

Navigatore Repliche		
Tipo	Cod. Sede	Descrizione Sede Replica
PRINCIPALE		

## Curriculum: GENERAL MANAGEMENT

Attività caratterizzanti	settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
Discipline Aziendali	SECS-P/07 Economia aziendale	51	51	48 - 57
	↳ <i>Business planning e controllo strategico (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>			
	↳ <i>Bilancio e gestione delle performance (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>People Management (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>			
	SECS-P/11 Economia degli intermediari finanziari			
	↳ <i>Bilancio e gestione bancaria (1 anno) - 12 CFU - semestrale - obbl</i>			
↳ <i>Finanza per la crescita (2 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>				
Discipline Economiche		12	12	12 - 12

	SECS-P/02 Politica economica ↳ <i>M1 - Scenari economici e competitivi (2 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>			
	SECS-P/06 Economia applicata ↳ <i>M2 - Scenari economici e competitivi (2 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>			
Discipline Statistiche e Matematiche	SECS-S/05 Statistica sociale ↳ <i>Analisi statistica dei dati per la ricerca di mercato (1 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i>	9	9	6 - 12
Discipline Giuridiche	IUS/05 Diritto dell'economia ↳ <i>Diritto dell'economia dei mercati (1 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i>	9	9	6 - 12
<b>Minimo di crediti riservati dall'ateneo: - (minimo da D.M. 48)</b>				
<b>Totale attività caratterizzanti</b>			81	72 - 93

Attività affini	settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
Attività formative affini o integrative	M-PSI/05 Psicologia sociale ↳ <i>M1 - Psicologia della persuasione (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>	12	12	12 - 18 min 12
	↳ <i>M2 - Tecniche di raccolta dei dati (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>			
<b>Totale attività Affini</b>			12	12 - 18

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>	<b>27</b>	<b>27 - 30</b>

<b>CFU totali per il conseguimento del titolo</b>	<b>120</b>	
<b>CFU totali inseriti nel curriculum <i>GENERAL MANAGEMENT</i>:</b>	<b>120</b>	<b>111 - 141</b>

Navigatore Repliche			
	Tipo	Cod. Sede	Descrizione Sede Replica
	PRINCIPALE		



## 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	
Discipline Aziendali	SECS-P/07 Economia aziendale			
	SECS-P/08 Economia e gestione delle imprese	48	57	
	SECS-P/09 Finanza aziendale			
	SECS-P/10 Organizzazione aziendale	[48]	[57]	24
	SECS-P/11 Economia degli intermediari finanziari			
Discipline Economiche	SECS-P/01 Economia politica	12	12	
	SECS-P/02 Politica economica			
	SECS-P/06 Economia applicata	[12]	[12]	12
Discipline Statistiche e Matematiche	SECS-S/01 Statistica	6	12	
	SECS-S/05 Statistica sociale	[6]	[12]	6
Discipline Giuridiche	IUS/04 Diritto commerciale			
	IUS/05 Diritto dell'economia	6	12	
	IUS/07 Diritto del lavoro			
	IUS/14 Diritto dell'unione europea	[6]	[12]	6
	IUS/01 Diritto privato			
<b>Minimo di crediti riservati dall'ateneo minimo da D.M. 48:</b>				-

▶ **Attività affini**  
R<sup>a</sup>D

ambito disciplinare	CFU		minimo da D.M. per l'ambito
	min	max	
Attività formative affini o integrative	12	18	12
<b>Totale Attività Affini</b>			<b>12 - 18</b>

▶ **Altre attività**  
R<sup>a</sup>D

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



<b>CFU totali per il conseguimento del titolo</b>	<b>120</b>
Range CFU totali del corso	111 - 141
Crediti riservati in base al DM 987 art.8	72 - 93



## Comunicazioni dell'ateneo al CUN



### SEZIONE QUALITA'

Modifiche testuali dei quadri:

Quadro A2.a – Profilo professionale e sbocchi occupazionali e professionali previsti per i laureati: Sono state introdotte le figure professionali e conseguentemente modificate le funzioni in un contesto di lavoro, le competenze associate alle funzioni e gli sbocchi occupazionali alla luce del DM 1649 del 19/12/2023

Quadro A3.a – Conoscenze richieste per l'accesso: Modifiche classi lauree ad accesso diretto

Quadro A4.a - Obiettivi formativi specifici del corso e descrizione del percorso formativo: Riscrittura del quadro sulla base delle modifiche apportate al profilo professionale dei laureati.

Quadro A4.b.1– Conoscenza e comprensione e Capacità di applicare conoscenza e comprensione: sintesi: Revisione complessiva del quadro con approfondimenti riguardanti le aree di apprendimento sulla base delle modifiche apportate al profilo professionale dei laureati.

Quadro A4.c – Autonomia di giudizio - Abilità comunicative - Capacità di apprendimento: Revisione del quadro, in coerenza con quanto modificato precedentemente

Quadro A4.d – Descrizione sintetica delle attività affini e integrative: Modifiche collegate all'introduzione nell'ambito delle attività affini ed integrative di competenze di metodo in ambito psicologico, informatico e quantitativo per dotare i laureati degli strumenti e tecniche della ricerca sociale utili al rafforzamento delle competenze trasversali di analisi critica e di comprensione degli scenari.

Quadro A5.a – Caratteristiche della prova finale: Modifiche solo formali

### SEZIONE AMMINISTRAZIONE

Attività caratterizzanti:

- ambito "Discipline aziendali" modificata la forchetta che passa da 58-57 a 48-57 rispetto a della precedente assegnazione

- ambito "Discipline Economiche" inserimento tra i caratterizzanti d'area del settore SPS-09 modificando la forchetta che passa da 12-15 a 12-12 rispetto dalla precedente assegnazione

- ambito "Discipline Statistiche e matematiche" inserimento tra i caratterizzanti d'area del settore SECS-S/05 mantenendo invariata la forchetta 6-12 rispetto della precedente assegnazione

- ambito "Discipline giuridiche" modificata la forchetta che passa da 6-9 a 6-12 rispetto alla precedente assegnazione per la proposta di inserimento del settore IUS/01.

Attività affini:

Modificata la forchetta che passa da 12-15 a 12-18 rispetto alla precedente assegnazione.



## Motivi dell'istituzione di più corsi nella classe

R<sup>AD</sup>

Il corso di laurea magistrale in Management e Comunicazione d'Impresa si colloca a pieno titolo nella classe delle Scienze Economico-Aziendali (LM-77), ma si differenzia per la sua attenzione specifica alla pianificazione strategica e alla comunicazione d'impresa, sia interna che esterna. L'obiettivo principale del corso è formare professionisti in grado di governare i processi decisionali e comunicativi all'interno delle organizzazioni, fornendo strumenti avanzati per l'analisi dei mercati e la valutazione delle performance aziendali. Il corso di laurea magistrale è stato progettato per costituire il naturale proseguimento del percorso formativo dei corsi di laurea triennali offerti dal Dipartimento di Comunicazione ed Economia.

All'interno della stessa classe di laurea magistrale, sono presenti in Ateneo altri percorsi che rispondono a esigenze differenti:

-Economia e Diritto per la Sostenibilità delle Organizzazioni: questo percorso mira a formare esperti capaci di gestire strategie aziendali in un'ottica di sostenibilità economica, ambientale e sociale, un tema sempre più rilevante per le imprese moderne.

- Direzione e Consulenza d'Impresa: il focus di questo corso è sulla formazione di professionisti con solide competenze amministrative, contabili, finanziarie e giuridiche, in grado di ricoprire ruoli di coordinamento aziendale o di consulenza strategica.

- Relazioni di Lavoro: si propone di formare laureati con competenze specifiche nella gestione delle risorse umane, con una forte caratterizzazione giuridica ed economica oltre che aziendale, preparandoli a operare sia nelle imprese private che nelle amministrazioni pubbliche.

- International Management: questo percorso erogato completamente in lingua inglese è pensato per chi desidera operare in contesti globalizzati, fornendo le competenze necessarie per la gestione delle attività strategiche e operative nei mercati internazionali.

- Analisi dei dati per l'economia e il management: questo percorso, interclasse con LM-56 (scienze dell'economia) intende formare economisti, politici e aziendali, fortemente specializzati nella raccolta, gestione ed analisi dei dati.

La presenza di più corsi di laurea magistrale all'interno della stessa classe risponde quindi alla necessità di offrire una formazione altamente specializzata, in grado di rispondere alle esigenze di un mercato del lavoro sempre più articolato e competitivo. L'approccio adottato dall'Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia garantisce agli studenti la possibilità di acquisire competenze mirate senza rinunciare a una solida base comune di conoscenze economico-aziendali.



## Note relative alle attività di base

R<sup>AD</sup>



## Note relative alle attività caratterizzanti

R<sup>AD</sup>

I settori scientifico-disciplinari delle attività caratterizzanti sono stati selezionati per la costruzione delle tre aree di apprendimento, con i relativi obiettivi formativi specifici del Corso, previste al punto A4.a.

Il corso di laurea prevede un'area di apprendimento economica e metodologica, i cui obiettivi specifici di apprendimento riguardano la capacità di analisi e contestualizzazione degli scenari competitivi con le loro proiezioni e direttrici di cambiamento.

Rispetto alla capacità di analisi degli scenari competitivi si propone di affiancare alla solida componente metodologica, rappresentata da SECS-S/01, una componente applicativa, acquisibile in modo più coerente con gli strumenti e le tecniche consolidati nella statistica sociale (SECS-S/05).

Si propone, inoltre, di corredare lo studio delle discipline giuridiche con l'inserimento di contenuti disciplinari del diritto privato (IUS/01) per una conoscenza più approfondita delle tipologie contrattuali utilizzate nella regolazione dei rapporti intersoggettivi in ambito economico.



Note relative alle altre attività  
R<sup>2</sup>D