

Università	Università degli Studi di UDINE
Classe	LM-77 - Scienze economico-aziendali
Nome del corso in italiano	Marketing, Gestione ed organizzazione Internazionali <i>riformulazione di: International Marketing, Management and Organization</i> (1379302)
Nome del corso in inglese	International Marketing, Management and Organization
Lingua in cui si tiene il corso	inglese
Codice interno all'ateneo del corso	
Data del DR di emanazione dell'ordinamento didattico	17/07/2018
Data di approvazione della struttura didattica	07/12/2017
Data di approvazione del senato accademico/consiglio di amministrazione	15/12/2017
Data della consultazione con le organizzazioni rappresentative a livello locale della produzione, servizi, professioni	22/11/2017 - 05/12/2017
Data del parere favorevole del Comitato regionale di Coordinamento	16/01/2018
Modalità di svolgimento	a. Corso di studio convenzionale
Eventuale indirizzo internet del corso di laurea	
Dipartimento di riferimento ai fini amministrativi	Scienze Economiche e Statistiche
EX facoltà di riferimento ai fini amministrativi	
Massimo numero di crediti riconoscibili	12 DM 16/3/2007 Art 4 Nota 1063 del 29/04/2011
Corsi della medesima classe	<ul style="list-style-type: none"> • Banca e Finanza • Economia aziendale

Obiettivi formativi qualificanti della classe: LM-77 Scienze economico-aziendali

I laureati nei corsi di laurea magistrale della classe devono:

- possedere un'approfondita conoscenza in ambito economico-aziendale, matematico-statistico e giuridico, ottenuta attraverso la combinazione di discipline e di modalità di apprendimento e acquisizione di capacità che permettono loro di affrontare le problematiche aziendali nell'ottica integrata propria delle direzioni aziendali e della programmazione e gestione del cambiamento;
- acquisire le approfondite conoscenze sopra richiamate anche tramite l'uso delle logiche e delle tecniche della formalizzazione quantitativa e della prospettiva internazionale e interculturale;
- acquisire le metodologie, i saperi e le abilità necessarie a ricoprire posizioni di responsabilità nell'amministrazione e nel governo delle aziende, nonché a svolgere le libere professioni dell'area economica;
- essere in grado di utilizzare efficacemente, in forma scritta e orale, almeno una lingua dell'Unione Europea oltre l'italiano, con riferimento anche ai lessici disciplinari.

Sbocchi occupazionali previsti dai corsi di laurea sono:

- come imprenditori e manager nelle aziende e istituzioni dei settori industriali e di servizi, di natura pubblica e privata;
- come liberi professionisti (nelle professioni dell'area economica);
- nelle attività professionali come esperti di responsabilità elevata e consulenti, in particolar modo nelle funzioni di amministrazione, gestione, organizzazione aziendale, del lavoro e della produzione, marketing, finanza, pianificazione e controllo di gestione, auditing e revisione, progettazione e gestione delle reti intra e inter-organizzative.

Ai fini indicati i curricula dei corsi di laurea magistrale della classe possono prevedere tirocini formativi presso aziende ed organizzazioni economiche, istituzioni pubbliche e private, nazionali, internazionali e sovranazionali.

Sintesi della consultazione con le organizzazioni rappresentative a livello locale della produzione, servizi, professioni

Il progetto di istituzione del corso di Laurea Magistrale in International Marketing, Management & Organization con sede a Udine è il risultato di una riflessione di lungo periodo all'interno del corso di laurea magistrale in Economia Aziendale, frutto della pluridecennale esperienza maturata dal Dipartimento di Scienze Economiche e Statistiche sul fronte della didattica e della ricerca nell'ambito dei settori scientifico disciplinari SECS Po7, Po8, P10. L'istituzione della LM è tra gli obiettivi del Piano Strategico del Dipartimento 2017-2020. L'opportunità di istituire tale percorso formativo è emersa altresì durante gli incontri, anche informali, avvenuti con i principali portatori di interesse regionali e nazionali, oltre che con alcuni esponenti della gestione di imprese ed enti internazionali.

Il progetto è stato discusso e condiviso nel corso delle consultazioni svolte con i membri del Comitato di Indirizzamento (Ordine dei Dottori Commercialisti di Udine, Pordenone e Treviso, Andaf FVG e Nazionale, Uniindustria Udine e Pordenone) del corso di LM in Economia Aziendale attualmente incardinato presso la sede di Udine (anch'esso in via di nuova progettazione), nonché con ulteriori portatori di interesse coinvolti a diverso titolo (Friuli Innovazione, Finest, Insiel, Danieli).

A seguito di tali consultazioni, fermo restando l'obiettivo di creare un prodotto formativo dotato di caratteri di originalità e innovazione e, al contempo, solido sul piano didattico, le osservazioni avanzate ci hanno permesso di definire con cura i profili professionali.

Verbale Comitato Indirizzamento

[Vedi allegato](#)

Sintesi del parere del comitato regionale di coordinamento

Il Comitato Regionale di Coordinamento Universitario del Friuli - Venezia Giulia

Valutati gli obiettivi formativi del corso, gli sbocchi occupazionali previsti e l'adeguatezza delle risorse di docenza e strutture che l'Ateneo può garantire a supporto della proposta;

Ritenuto che la proposta si inserisca positivamente nel quadro più generale dell'offerta didattica universitaria a livello regionale;

Considerato che la proposta è conforme agli obiettivi delineati nel piano strategico dell'Ateneo ed è coerente con la strategia dell'Offerta Formativa espressa nel documento sulle "Politiche di Ateneo e programmazione" richiesto dall'ANVUR;

esprime all'unanimità parere favorevole

all'istituzione del Corso di laurea magistrale in International Marketing, Management & Organization, classe LM-77 presso l'Università degli Studi di Udine.

Obiettivi formativi specifici del corso e descrizione del percorso formativo

Gli obiettivi formativi del corso consentono di definire un profilo professionale capace di ricoprire ruoli intermedi e apicali, nel campo della gestione di imprese internazionali, innovative e sostenibili, in ambito di gestione della funzione marketing, gestione delle risorse umane, sviluppo e qualità nelle imprese, nelle reti e gruppi di impresa, nei consorzi, nonché nel settore della consulenza aziendale. L'insieme degli insegnamenti proposti è rivolto alla comprensione dei fenomeni che connotano la gestione dei processi di internazionalizzazione ed innovazione tecnologica nelle aziende, in prospettiva economico-aziendale. Tale prospettiva integrata nell'intero percorso formativo, si specifica inoltre nell'offerta di insegnamenti mirati a: i processi di supporto operativo alle attività di negoziazione, vendita e logistica internazionale; i processi di gestione della digitalizzazione dei processi internazionali; la gestione dei processi di qualità e di sostenibilità. Gli studenti conseguiranno inoltre competenze approfondite in ambito giuridico, tecnico operativo e misurativo dei processi oggetto del corso.

Le aree tematiche di apprendimento sono di seguito indicate.

- Economico-Aziendale. Si affrontano i temi relativi alla vision e alla prospettiva strategica delle imprese nonché la gestione dei processi di internazionalizzazione delle aziende dal punto di vista marketing, vendite e logistica; gestione dei processi, organizzazione e selezione del personale e gestione della innovazione e del cambiamento organizzativo; utili inoltre, in questa prospettiva, sono le conoscenze dei processi di controllo di gestione connessi ai fenomeni indagati in contesti complessi in cui agiscono;

- Giuridica. Si delineano le conoscenze volte alla comprensione dei profili dei contratti internazionali (ad es. vendita, trasporto, servizio, agenzie, trading, licenza) e della protezione del valore delle conoscenze immateriali quali marchi e brevetti e, più in generale, dei rapporti economici intercorrenti tra i diversi operatori (pubblici e privati);

- Matematico-Statistico. Si rafforzano le competenze di carattere quantitativo e gli strumenti specialistici per la misurazione dei fenomeni economico-aziendali in particolare per gli aspetti inferenziali, di definizione delle ricerche di mercato, di misura dei fenomeni connessi ai big data.

Inoltre, quali elementi distintivi e caratterizzanti del corso di studio, verranno presentati e approfonditi argomenti e indagini relative alle discipline connesse con le relazioni di mercato con comparazioni internazionali nonché di comunicazione nei contesti digitali, di gestione delle risorse umane nei processi di innovazione, la negoziazione in contesti culturali internazionali (anche in ambito delle imprese commerciali) per le imprese operanti nei comparti manifatturieri e di servizio.

- Rilevante è l'aspetto laboratoriale dell'offerta formativa:

Laboratory of Mathematics and Statistics; Laboratory of Business Strategies Policies; Laboratory of Negotiation in Cross Cultural Business Environment; Laboratory of Business Analytics & Big Data; Laboratory of New Digital technology and Coding for Business; Laboratory of Business Process Reengineering and Project Management.

- L'uso dei "casi studio" come strumento di apprendimento sarà presente in:

Strategy & Business Models; Leading Change for Organizational Renewal, Management Teams for Innovation; Innovation Management; International Management; Advanced Management Control.

- Rilevante è l'utilizzo di tirocini formativi nazionali/internazionali

Al termine del percorso formativo, lo studente, giovandosi vuoi dell'insieme dei contenuti offerti, vuoi delle conoscenze linguistiche e delle esperienze di tirocinio maturate, sarà in possesso di competenze specialistiche e funzionali all'accesso nel mercato del lavoro indicato.

Si evidenzia inoltre che il corso, erogato completamente in lingua inglese, è un unicum per l'intero territorio regionale. A livello più allargato si rileva che l'offerta di corsi di laurea magistrale della stessa classe (ed in classi affini) nell'area del Nord-est, pur esistenti sono limitate a due casi. Dall'analisi effettuata risulta che le ulteriori offerte sul territorio, sono limitate esclusivamente a curricula erogati in inglese.

Risultati di apprendimento attesi, espressi tramite i Descrittori europei del titolo di studio (DM 16/03/2007, art. 3, comma 7).

Conoscenza e capacità di comprensione (knowledge and understanding)

Lo studente per effetto dell'acquisizione della Laurea Magistrale in Innovation Marketing, Management & Organization avrà maturato una serie di conoscenze specialistiche diversamente contraddistinte. Da un lato, avrà appreso conoscenze specialistiche dei processi economici e gestionali presenti all'interno delle aziende operanti in contesti internazionali complessi, anche in termini di innovazione tecnologica: Ciò avverrà attraverso lo studio dei profili gestionali, organizzativi, di controllo, giuridici e statistico-matematici che connotano tali ambiti. Lo studente si sarà, inoltre, perfezionato nell'analisi degli aspetti tecnico operativi caratterizzanti le attività svolte dalle aziende agenti nel campo della produzione di valore di tipo manifatturiero, commerciale e di servizio.

Il combinato disposto dei due ambiti descritti (e sviluppati attraverso l'utilizzo di aggiornati e innovativi testi di riferimento ed in forma di apprendimento laboratoriale) consente allo studente di disporre di una serie di conoscenze di avanguardia nella gestione dei profili professionali di riferimento per il corso di studio. La capacità di comprensione viene testata principalmente attraverso verifiche realizzate: alla conclusione dei singoli insegnamenti (per effetto della tradizionale prova di esame), a livello intermedio, tramite esercitazioni, lavori di gruppo. Inoltre forte enfasi è presente nei laboratori conoscitivi, che, attraverso differenti gradi di interazione con i docenti, esperti esterni e gli ulteriori studenti, consentano una puntuale e completa disamina delle abilità progressivamente acquisite attraverso lo studio individuale e la partecipazione alle lezioni.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione (applying knowledge and understanding)

Gli obiettivi formativi del corso di studio sono volti in larga misura a creare specifiche capacità presso i laureati, in termini di concreta applicazione delle conoscenze apprese. Le competenze maturate dovranno permettere ai laureati magistrali di elaborare e proporre soluzioni autonome e originali relativamente ai problemi che connoteranno l'ambito professionale di inserimento.

Tali competenze verranno testate principalmente attraverso verifiche realizzate non solo alla conclusione dei singoli insegnamenti (per effetto della tradizionale prova di esame), ma anche a livello intermedio, attraverso differenti gradi di interazione con i docenti dei corsi (es. attività laboratoriali, seminari, casi studio, attività di ricerca intervento con imprese, ecc.)

Nello specifico gli studenti dovranno:

- redarre delle relazioni scientifiche su argomenti specifici legati ai temi trattati nel corso e presentarne pubblicamente i contenuti;

- pianificare, sviluppare e gestire progetti di gruppo di una certa complessità;

- applicare le metodologie e le tecniche proposte nell'ambito degli insegnamenti a casi aziendali.

Autonomia di giudizio (making judgements)

Il percorso formativo della Laurea Magistrale in International Marketing, Management & Organization consente l'acquisizione di conoscenze e capacità utili al fine di: analizzare e interpretare, con fondamento e rigore metodologico, informazioni di carattere descrittivo qualitativo riguardanti problematiche aziendali connesse con i processi di internazionalizzazione, gestione dell'innovazione; identificare e applicare soluzioni a specifici problemi gestionali, ricorrendo all'uso di dati preventivamente raccolti; elaborare e formulare giudizi autonomi rispetto a fattispecie operative di natura interdisciplinare. Lo

sviluppo di abilità specialistiche specifiche di valutazione e giudizio relative a differenti ambiti professionali, viene garantita dal corso di studio attraverso il ricorso ad attività laboratoriali, esercitazioni, lavori di gruppo, esame finale, per le singole discipline impartite.

Tali verifiche rappresentano dei momenti di rielaborazione di informazioni, di formulazione di soluzioni e strategie operative, di sviluppo di capacità di relazione all'interno di gruppi strutturati e, in definitiva, costituiscono i fondamentali presupposti nei processi di elaborazione di costrutti concettuali autonomi e originali.

Abilità comunicative (communication skills)

La capacità degli studenti di reggere contraddittori, di trasmettere con chiarezza ed efficacia informazioni, idee, problemi e soluzioni rispetto a fenomeni economici generali e a particolari fattispecie aziendali rappresentano degli obiettivi non secondari per il corso di studio. La trattazione di casi, il sostenimento di prove orali, la presentazione di un elaborato finale, la discussione di lavori di gruppo assegnati, costituiscono di conseguenza un efficace banco di prova attraverso il quale testare le abilità nell'illustrazione e nella comunicazione di contenuti specialistici ed avanzati, contraddistinti da un adeguato rigore scientifico nell'esposizione e ciò sia nei confronti di interlocutori dotati di competenze specialistiche, sia nei confronti di interlocutori con competenze diverse. Al fine di consentire una più efficace comprensione nei destinatari delle comunicazioni, specie a fronte di informazioni di carattere quantitativo o comunque di natura complessa, si incentivano gli studenti all'uso di supporti informatici volti a rendere più chiara l'esposizione dei temi trattati.

Capacità di apprendimento (learning skills)

Il laureato magistrale in International Marketing, Management & Organization deve consolidare una serie di conoscenze in ambito aziendale, a carattere multidisciplinare, per poi affinare la preparazione rispetto ai temi dell'internazionalizzazione delle imprese e dei mercati, della gestione dei processi di innovazione, di gestione della qualità in prospettiva sostenibile, con specifico riferimento ai profili tecnici, giuridici e matematico - statistici dei prodotti offerti e dei processi gestiti. In particolare, l'insieme delle verifiche realizzate nel corso dell'intera carriera (esame finale, lavori di gruppo, esercitazioni individuali, ecc.) permettono di misurare le capacità dello studente circa gli approfondimenti e la comprensione di singoli argomenti, lo sviluppo di idee originali, il confronto con le opinioni espresse dal docente e dai colleghi.

Conoscenze richieste per l'accesso (DM 270/04, art 6, comma 1 e 2)

Per essere ammessi a un corso di laurea magistrale occorre essere in possesso di una laurea (ex DM 509 e/o DM 270 o ordinamenti previgenti) del diploma universitario di durata triennale, ovvero di altro titolo di studio conseguito all'estero, riconosciuto idoneo. Lo studente deve essere in possesso dei seguenti requisiti curriculari:

almeno 48 crediti negli ambiti disciplinari economico, aziendale, quantitativo e giuridico, con un minimo di 24 CFU in ambito aziendale. Gli ambiti sono definiti come segue:

- ambito economico: SSD SECS-P/01, SECS-P/02, SECS-P/03, SECS-P/04, SECS-P/05, SECS-P/06, SECS-P12;
- ambito aziendale: SSD SECS-P/07, SECS-P/08, SECS-P/09, SECS-P/10, SECS-P11, SECS-P13, ING-IND/35;
- ambito quantitativo: SSD SECS-S/01, SECS-S/02, SECS-S/03, SECS-S/04, SECS-S/05, SECS-S/06, MAT/05, MAT/06, MAT/08, MAT/09;
- ambito giuridico: SSD IUS/01, IUS/04, IUS/07, IUS/12, IUS/09;

livello B2 lingua inglese

Lo studente deve inoltre possedere le seguenti conoscenze:

- la conoscenza della micro e della macroeconomia;
- la conoscenza della matematica generale, della matematica finanziaria e della statistica;
- la conoscenza del diritto privato e del diritto commerciale;
- la conoscenza specifica dei profili concettuali, tecnico-operativi, giuridici e quantitativi relativi alle aree di amministrazione e controllo e di management e organizzazione.
- la conoscenza dello specifico lessico economico in lingua inglese.

Tali conoscenze e l'adeguatezza della personale preparazione degli studenti, nonché la capacità di utilizzare la lingua inglese ad un livello avanzato, verranno verificate da una apposita commissione del Consiglio di corso di studi.

Il dettaglio delle modalità di verifica è contenuto nel Regolamento didattico del corso di studio.

Caratteristiche della prova finale (DM 270/04, art 11, comma 3-d)

La prova finale costituisce la conclusione logica del percorso formativo magistrale. Essa consiste nella produzione di un lavoro scientifico (redatto in inglese), corredato da un'adeguata ricerca bibliografica, caratterizzato da elementi di rilevanza, rigore metodologico, originalità e sviluppato dallo studente sotto la guida di un relatore. Il lavoro viene sviluppato sulle aree tematiche peculiari del corso di laurea e deve dimostrare il livello di competenze specialistiche conseguite dallo studente. L'impegno richiesto allo studente per la prova finale corrisponde a 18 cfu integrate con attività di preparazione per la redazione della stessa in misura di 6 cfu.

Motivi dell'istituzione di più corsi nella classe

L'istituzione del corso, frutto di periodici confronti con gli stakeholder e relative analisi sul tasso di assorbimento da parte del mercato del lavoro rispetto ai profili professionali di impiego, permette di soddisfare, differenziandola la domanda di formazione di specialisti nell'ambito del marketing e del management internazionale.

Gli obiettivi formativi come pure gli sbocchi occupazionali denotano una marcata focalizzazione sugli aspetti gestionali delle imprese, reti di imprese, attività professionali in contesti internazionali, elemento unico rispetto agli altri cds della medesima classe.

A differenza di quanto previsto nei cds LM in Banca e Finanza e in Economia Aziendale, la lingua di erogazione è l'inglese. Tale scelta apre l'esperienza formativa a contesti multiculturali ed extranazionali.

Il progetto formativo inoltre, pur condividendo l'impianto tipico della classe, si differenzia significativamente rispetto agli attuali cds per la focalizzazione nell'ambito dei settori scientifico disciplinari SECS-P/08 e SECS-P/10.

Sbocchi occupazionali e professionali previsti per i laureati**Esperto nella direzione e consulenza commerciale, marketing, organizzazione e risorse umane in imprese internazionali.****funzione in un contesto di lavoro:**

Il Corso di Laurea Magistrale in International Marketing, Management & Organization ha l'obiettivo di consentire l'acquisizione e lo sviluppo di competenze avanzate nell'ambito del marketing, della gestione delle risorse umane, sia nella prospettiva del soggetto interno (direzione d'azienda), sia nella prospettiva del soggetto esterno (consulente d'azienda), oltreché competenze trasversali in ambito economico, giuridico e quantitativo. Nella fattispecie, il laureato magistrale in International Marketing, Management & Organization acquisisce le logiche strategiche ed operative, le metodologie e le prassi tipiche dell'analisi e definizione delle strategie e dei modelli di business, della pianificazione e programmazione strategica ed operativa, delle politiche di marketing, di progettazione e gestione delle risorse umane, in ogni tipologia d'azienda operante in un contesto innovativo e sostenibile internazionale e/o globale; apprende, in particolare, le tecniche operative delle aziende del settore manifatturiero, dei servizi, della distribuzione e commerciale, con specifico riferimento alle caratteristiche e modalità d'uso dei prodotti utilizzati.

competenze associate alla funzione:

Il laureato magistrale in International Marketing, Management & Organization attraverso:

- l'acquisizione di solide conoscenze nell'ambito della Strategia e Pianificazione strategica a livello corporate e a livello di business (aree strategiche di affari) nelle imprese, nei gruppi e nelle reti di imprese, nonché all'interno di consorzi e meta-organizzazioni, mediante la loro declinazione in termini di ruoli e funzioni rispetto ai complessi processi di internazionalizzazione di mercato e produttiva, di gestione delle risorse umane, ovvero di gestione dell'innovazione, anche in prospettiva di sostenibilità;
- l'apprendimento di tecniche operative nell'ambito della gestione dei processi di marketing, vendite e logistica in contesti internazionali;
- l'apprendimento di tecniche operative nell'ambito della gestione dei team organizzativi operanti nella gestione dell'innovazione in ambiti digitali e di sostenibilità;
- il conseguimento di specifiche conoscenze nell'ambito del controllo di gestione dei processi aziendali, con particolare riguardo a strumenti, caratteristiche, condizioni di funzionamento e complessità delle diverse tipologie di imprese internazionali e innovative;
- lo studio degli aspetti connessi alla misurazione dei fenomeni aziendali nelle diverse aree di gestione, ma in particolare modo nell'ambito dei processi di marketing, di innovazione e di gestione della sostenibilità;
- l'ottenimento di una preparazione interdisciplinare e multidisciplinare in ambito economico, giuridico e quantitativo;

sarà in grado di gestire con competenze di adeguato livello sia gli incarichi ottenibili presso aziende del settore manifatturiero, distributive e dei servizi (privati e pubblici), sia le funzioni proprie dell'area marketing e vendite, gestione delle risorse umane presso aziende internazionali, innovative, orientate alla sostenibilità;

sarà in grado di svolgere ruoli di natura apicale in piccole e medie imprese e/o gruppi e reti di imprese internazionali.

sbocchi occupazionali:

Il Corso di Laurea Magistrale in International Marketing, Management & Organization offre sbocchi professionali nell'ambito delle attività direzionali delle aziende (segnatamente nell'area marketing, gestione risorse umane, ricerca e sviluppo, qualità e sostenibilità) e nell'esercizio delle libere professioni (in particolare come consulente di direzione, consulente strategico, consulente di marketing, assicuratore qualità, consulente life cycle assessment). Più nello specifico:

- nell'area delle imprese e nelle reti di imprese manifatturiere, commerciali e dei servizi il percorso di studi offre opportunità occupazionali nell'ambito della funzione marketing, vendite, risorse umane e ricerca e sviluppo, qualità e sostenibilità;
- nell'area dei consorzi per l'innovazione e l'internazionalizzazione si aprono sbocchi occupazionali nell'ambito della consulenza in materia di gestione dell'innovazione, delle modalità di protezione dei marchi e dei brevetti;
- nell'area della qualità e sostenibilità offre rilevanti opportunità d'impiego, specie per le professioni connesse alla gestione dei processi di certificazione della qualità, della qualità ambientale, del life cycle assessment;

il laureato potrà, altresì, scegliere la libera professione, nell'ambito della consulenza aziendale in particolare negli ambiti del marketing, della gestione delle risorse umane, nonché come assicuratore di qualità, certificatore ambientale, consulente indipendente, in conformità ai requisiti disciplinari previsti dall'ordinamento per tali professioni. E' presente in modo specifico lo sbocco verso il ruolo di consulente strategico e direzionale nei contesti internazionali;

il laureato potrà operare all'interno di uffici studi per quanto attiene alle tematiche di analisi dei mercati internazionali, delle ricerche di mercato, di evoluzione delle caratteristiche delle professioni e dei "lavori", ed più in generale nei centri studi di natura economica e manageriale;

il laureato è attrezzato culturalmente, scientificamente e professionalmente per lo sviluppo di percorsi imprenditoriali autonomi e/o in forma societaria.

Il corso prepara alla professione di (codifiche ISTAT)

- Specialisti in risorse umane - (2.5.1.3.1)
- Specialisti nella commercializzazione di beni e servizi (escluso il settore ICT) - (2.5.1.5.2)
- Specialisti dell'organizzazione del lavoro - (2.5.1.3.2)
- Specialisti della gestione e del controllo nelle imprese private - (2.5.1.2.0)
- Specialisti nell'acquisizione di beni e servizi - (2.5.1.5.1)
- Analisti di mercato - (2.5.1.5.4)

Il corso consente di conseguire l'abilitazione alle seguenti professioni regolamentate:

- dottore commercialista

Il rettore dichiara che nella stesura dei regolamenti didattici dei corsi di studio il presente corso ed i suoi eventuali curricula differiranno di almeno 30 crediti dagli altri corsi e curriculum della medesima classe, ai sensi del DM 16/3/2007, art. 1 c.2.

Attività caratterizzanti

ambito disciplinare	settore	CFU		minimo da D.M. per l'ambito
		min	max	
Aziendale	SECS-P/08 Economia e gestione delle imprese SECS-P/10 Organizzazione aziendale	39	39	24
Economico	SECS-P/01 Economia politica SECS-P/02 Politica economica SECS-P/06 Economia applicata	12	12	12
Statistico-matematico	SECS-S/03 Statistica economica SECS-S/06 Metodi matematici dell'economia e delle scienze attuariali e finanziarie	9	9	6
Giuridico	IUS/04 Diritto commerciale	6	6	6
Minimo di crediti riservati dall'ateneo minimo da D.M. 48:		-		

Totale Attività Caratterizzanti	66 - 66
--	---------

Attività affini

ambito disciplinare	settore	CFU		minimo da D.M. per l'ambito
		min	max	
Attività formative affini o integrative	AGR/01 - Economia ed estimo rurale ING-IND/35 - Ingegneria economico-gestionale ING-INF/01 - Elettronica ING-INF/05 - Sistemi di elaborazione delle informazioni IUS/04 - Diritto commerciale IUS/07 - Diritto del lavoro IUS/14 - Diritto dell'unione europea MAT/09 - Ricerca operativa SECS-P/07 - Economia aziendale SECS-P/09 - Finanza aziendale SECS-P/13 - Scienze merceologiche SECS-S/01 - Statistica SECS-S/06 - Metodi matematici dell'economia e delle scienze attuariali e finanziarie SPS/08 - Sociologia dei processi culturali e comunicativi	18	18	12

Totale Attività Affini	18 - 18
-------------------------------	---------

Altre attività

ambito disciplinare		CFU min	CFU max
A scelta dello studente		12	12
Per la prova finale		18	18
Ulteriori attività formative (art. 10, comma 5, lettera d)	Ulteriori conoscenze linguistiche	-	-
	Abilità informatiche e telematiche	-	-
	Tirocini formativi e di orientamento	6	6
	Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro	-	-
Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. d			
Per stages e tirocini presso imprese, enti pubblici o privati, ordini professionali		-	-

Totale Altre Attività	36 - 36
------------------------------	---------

Riepilogo CFU

CFU totali per il conseguimento del titolo	120
Range CFU totali del corso	120 - 120

Motivazioni dell'inserimento nelle attività affini di settori previsti dalla classe o Note attività affini

(Settori della classe inseriti nelle attività affini e non in ambiti di base o caratterizzanti : IUS/07 , IUS/14 , MAT/09 , SECS-P/07 , SECS-P/09 , SECS-P/13 , SECS-S/01)

(Settori della classe inseriti nelle attività affini e anche/già inseriti in ambiti di base o caratterizzanti : IUS/04 , SECS-S/06)

Nel rispetto degli obiettivi formativi qualificanti la Classe LM-77, Scienze Economico-Aziendali, per il Corso di International Marketing, Management & Organization si è deciso di identificare quali attività affini anche i settori seguenti, seppur presenti nella tabella della classe.

Per quanto attiene ai SSD SECS-P/07 di Economia Aziendale e SSD SECS-P/09 di Finanza Aziendale la necessità del loro inserimento si rinviene negli obiettivi formativi del corso ovvero nella corretta e adeguata preparazione di uno dei profili professionali di riferimento (specialista nella gestione e nel controllo delle imprese internazionalizzate; consulente aziendale). La conoscenza dei contenuti degli aspetti caratterizzanti l'economia aziendale e la finanza aziendale rappresentano un prerequisito fondamentale per garantire un corretto approccio alle tematiche affrontate dai laureati una volta che accedono al mondo del lavoro.

Per quanto attiene al SSD SEC-P/13 di Merceologia si ritiene che la capacità di affrontare le differenti problematiche relative agli aspetti di qualità di sostenibilità siano garantite dalla competenze di tipo tecnico-merceologico.

Per quanto concerne l'inserimento dei settori SSD SECS-S/01 Statistica, SECS-S/06 Metodi Matematici dell'economia e delle scienze attuariali e finanziarie e SSD-MAT/09 Ricerca Operativa, si ritiene che la capacità di affrontare e risolvere le differenti problematiche connesse alle attività svolte presso le imprese internazionalizzate, e più in generale nel mondo economico, siano garantite da competenze di tipo quantitativo. Le analisi dei dati, la creazione di data set campione, l'interpretazione in ottica statistica dei risultati sono capacità da possedere in modo imprescindibile per accedere a tutte le professioni a cui indirizza il corso di laurea magistrale.

Inoltre al fine di garantire competenze ritenute strategiche nella definizione di ulteriori profili professionali, si è deciso di inserire i seguenti settori: IUS/04 – Diritto Commerciale, IUS/07 – Diritto del lavoro, IUS/14 – Diritto dell'Unione Europea.

Note relative alle altre attività

I cfu attribuiti a tali attività intendono garantire al percorso formativo, anche in prospettiva futura, la flessibilità necessaria all'offerta delle diverse competenze utili all'inserimento nel mondo del lavoro.

Note relative alle attività caratterizzanti

Nel rispetto dei requisiti minimi previsti per la Classe, le attività caratterizzanti si concentrano nell'ambito disciplinare aziendale con una netta prevalenza dei settori scientifico-disciplinari, SECS-P08 e SECS-P10.

RAD chiuso il 21/02/2018