



Informazioni generali sul Corso di Studi

Università	Università degli Studi di MODENA e REGGIO EMILIA
Nome del corso	Economia e marketing internazionale(<i>IdSua:1522180</i>)
Classe	L-18 - Scienze dell'economia e della gestione aziendale
Nome inglese	International economics and marketing
Lingua in cui si tiene il corso	italiano
Eventuale indirizzo internet del corso di laurea	http://www.economia.unimore.it/site/home/didattica/corsi-di-laurea/economia-e-marketing-internazionale.html
Tasse	http://www.unimore.it/ammissione/tasse.html
Modalità di svolgimento	convenzionale

Referenti e Strutture

Presidente (o Referente o Coordinatore) del CdS	MARCHI Gianluca
Organo Collegiale di gestione del corso di studio	Collegio docenti integrato dai rappresentanti degli studenti
Struttura didattica di riferimento	Economia 'Marco Biagi'

Docenti di Riferimento

N.	COGNOME	NOME	SETTORE	QUALIFICA	PESO	TIPO SSD
1.	BALDINI	Massimo	SECS-P/03	PA	1	Caratterizzante
2.	BROMWICH	William John	L-LIN/12	RU	1	Affine
3.	GRAPPI	Silvia	SECS-P/08	PA	1	Base/Caratterizzante
4.	MARCHI	Gianluca	SECS-P/08	PO	1	Base/Caratterizzante
5.	MORLINI	Isabella	SECS-S/01	PA	1	Base/Caratterizzante
6.	NARDIN	Giuseppe	SECS-P/08	PO	1	Base/Caratterizzante

7.	RIBBA	Antonio	SECS-P/02	PA	1	Base/Caratterizzante
8.	RUSSO	Margherita	SECS-P/02	PO	1	Base/Caratterizzante
9.	VIGNOLA	Marina	SECS-P/08	RU	1	Base/Caratterizzante

Rappresentanti Studenti	Alberti Leonardo Chiara Bergamaschi Binini Giacomo Sebasti Daniel Alberto Slamnik Haris Zannini Maddalena
Gruppo di gestione AQ	Gianluca Marchi Enrico Giovannetti Giuseppe Nardin Leonardo Alberti Gianni Previdi Chiara Bergamaschi Giacomo Binini Daniel Alberto Sebasti Haris Slamnik Maddalena Zannini
Tutor	Elisa MARTINELLI Silvia GRAPPI

Il Corso di Studio in breve

04/04/2014

Il corso di laurea in Economia e Marketing Internazionale si propone di formare laureati capaci di comprendere e orientare le scelte aziendali in un contesto internazionale caratterizzato dalla crescente integrazione dei mercati e dalla rapida circolazione di uomini, prodotti, servizi, idee e innovazioni. Queste capacità sono intensamente ricercate tanto nelle piccole e medie imprese che caratterizzano il tessuto industriale nazionale e regionale, quanto nelle organizzazioni maggiori. Gestire le relazioni coi clienti internazionali, comprenderne le esigenze, valutare l'attrattività e le potenzialità future dei diversi mercati, saper scegliere e gestire i più adatti canali commerciali sui diversi mercati, saper interloquire possedendo una valida competenza linguistica coi partner esteri, sono tutte esigenze che assumono importanza sempre più critica per il successo competitivo delle imprese. A questa domanda il corso di laurea in Economia e Marketing Internazionale risponde con un'offerta formativa mirata a far maturare negli studenti, oltre ad un adeguato profilo di competenze, una capacità di giudizio e di autonomia che li possa supportare nello sviluppo delle proprie scelte professionali. La formazione di queste capacità viene favorita dall'offerta di un percorso didattico che contempla l'uso sistematico di esercitazioni e casi di studio, la partecipazione a seminari con manager di importanti imprese nazionali ed internazionali. L'esperienza di stage, anche all'estero, costituisce un ulteriore strumento di acquisizione di capacità analitiche, critiche ed operative autonome.

Il percorso didattico si articola sullo sviluppo integrato di quattro aree di apprendimento. La prima è rappresentata dalle conoscenze delle principali tecniche e metodologie aziendali essenziali per la gestione delle imprese. La seconda riguarda l'apprendimento dei fondamenti dell'economia internazionale e degli strumenti di analisi delle strutture industriali. La terza si rivolge allo sviluppo delle competenze di marketing con particolare riferimento agli strumenti e alle tecniche di valutazione dei mercati internazionali, alle strategie di entrata sul mercato estero e di gestione delle relazioni coi canali distributivi, alla gestione delle politiche di marketing internazionale. La quarta, infine, che caratterizza in modo innovativo l'offerta didattica del corso di laurea in Economia e Marketing Internazionale, porta al possesso di una solida competenza in ambito linguistico, competenza che riguarda la lingua inglese, ed una seconda lingua straniera a scelta tra tedesco, spagnolo, francese.

L'ampiezza dei contenuti formativi del corso permette l'accesso a un vasto spettro di occupazioni qualificate. Al termine del

percorso formativo lo studente dispone di un solido patrimonio di conoscenze economiche, linguistiche, e di marketing che lo mettono in condizione di operare nelle molte imprese italiane già fortemente impegnate sui mercati esteri o che stanno avviando la propria internazionalizzazione. In queste imprese, il laureato in Economia e Marketing Internazionale può operare nelle funzioni marketing, commerciale, approvvigionamento, in ruoli di assistenza alla direzione generale. Il profilo di competenze acquisite mette i laureati in condizione di accedere con successo alle opportunità di impiego in ruoli analoghi offerti da imprese estere e multinazionali. Il processo di formazione offerto dal corso può essere messo a frutto anche in altri ambiti del mercato del lavoro, quali associazioni imprenditoriali, centri di servizi alle imprese, banche e altre istituzioni finanziarie che supportano l'internazionalizzazione del sistema economico, altre imprese di servizi, organismi internazionali pubblici e privati.



QUADRO A1

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

Un'approfondita e completa attività di consultazione delle principali rappresentanze del mondo del lavoro e delle professioni è stata condotta in occasione del passaggio al nuovo ordinamento universitario, ed in modo funzionale alla progettazione della conseguente nuova offerta formativa, come richiesto dal D.M. 270/2004. Tale ricognizione è stata coordinata a livello di Facoltà ed ha coinvolto tutti i corsi di laurea, i quali hanno poi orientato la consultazione verso gli stakeholder più significativi in relazione alle specificità e alle caratteristiche di ciascun corso di laurea. I contenuti di questa indagine hanno poi orientato i meccanismi di consultazioni utilizzati negli anni successivi.

Oggi, il corso di laurea in Economia e Marketing Internazionale EMI si avvale del contributo di valutazione e proposta di un Comitato d'indirizzo, relativamente ai temi costitutivi dei programmi degli insegnamenti e all'evoluzione del fabbisogno formativo sul mercato del lavoro. Il Comitato di indirizzo è stato negli anni progressivamente rafforzato per migliorarne la rappresentatività e l'efficacia nel supporto al Corso di Studio. Nel Comitato d'indirizzo sono presenti manager e esperti in ambito economico e di management operanti nel campo dell'industria e dei servizi: Giovanni Basile si occupa di consulenza per l'internazionalizzazione e opera anche in ambito di imprese multi-utilities, Alberto Belluzzi opera nell'associazionismo per piccole imprese industriali, Davide Boni è marketing manager in settori high-tech, Daniele Cavazza opera in una associazione di piccola impresa commerciale, Edwin Colella ha esperienza in ambito di grandi imprese industriali italiane e estere, Gianni Previdi opera nella consulenza gestionale per le PMI, oltre a Gianluca Marchi, referente del corso di studi, e Giuseppe Nardin, docente del corso di studi.

Le consultazioni più recenti sono state condotte attraverso: a) una riunione formale del Comitato di Indirizzo in data 16/12/2014; b) una serie di incontri individuali con singoli componenti in data 27/11/2014, 06/12/2014, 19/01/2015 e 21/01/2015. Sono stati analizzati gli obiettivi formativi attuali, la coerenza tra obiettivi e struttura del corso, i fabbisogni emergenti di competenze in ambito di management e di internazionalizzazione, il ruolo degli stage aziendali nell'ambito delle strategie di uscita degli studenti sul mercato del lavoro. Dalla consultazione esce ribadita la rilevanza dei profili di competenze che il corso si propone di formare, inclusa la specifica formazione in ambito di lingue straniere. E' emersa inoltre l'importanza di rafforzare le competenze di base e applicate nell'area del marketing strategico e del rapporto tra marketing e nuove tecnologie ICT e social. Le consultazioni con il Comitato di indirizzo hanno anche evidenziato una rilevanza crescente delle competenze trasversali, legate alla autonomia di giudizio, all'abilità di lavorare in team, alla capacità di svolgere attività di coordinamento e networking. Queste indicazioni, unitamente a quelle nuove che emergeranno in itinere, dovranno essere discusse in sede di corpo docenti per aggiornare i programmi esistenti e per riallineare i processi di formazione delle skills con i fabbisogni presenti sul mercato del lavoro. Infine, occorre ricordare che, oltre all'attività svolta attraverso il Comitato di Indirizzo, i rapporti con il territorio sono costantemente monitorati, sia dal Referente che da altri docenti di riferimento del corso, anche attraverso le numerose attività di ricerca, consulenza, organizzazione di stage e tirocini, presentazioni aziendali e workshop, testimonianze aziendali in aula che costituiscono parte integrante dell'attività formativa stessa. Questi contatti hanno prodotto stimoli per un costante monitoraggio e manutenzione dei contenuti degli insegnamenti impartiti nel corso di laurea. Inoltre, il CdS, ai fini della rilevazione della domanda esterna di formazione, si avvale anche di studi di settore a livello nazionale. Tra questi, il Rapporto Excelsior, una indagine annuale sulle previsioni occupazionali, i fabbisogni professionali e formativi delle imprese, condotta da Unioncamere in collaborazione con il Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali.

09/02/2015

QUADRO A2.a

Profilo professionale e sbocchi occupazionali e professionali previsti per i laureati

Il corso si propone di formare figure capaci di assumere ruoli operativi e manageriali all'interno di imprese e organizzazioni impegnate sui mercati internazionali, quali analisti di mercato, esperti di marketing, responsabili vendite. Una specifica attenzione è rivolta alla formazione di competenze che possano essere utilmente impiegate anche nella vasta platea di PMI di cui si compone larga parte dell'economia regionale e nazionale.

funzione in un contesto di lavoro:

I laureati in Economia e Marketing Internazionale acquisiscono competenze necessarie ad operare all'interno delle funzioni marketing, commerciale e approvvigionamento e in ruoli di assistenza alla direzione generale, sia nelle imprese industriali che nel comparto dei servizi, con particolare riferimento alle imprese operanti in contesti internazionali di mercato. Inoltre, possono operare come ricercatori e analisti di business in Centri di ricerca, Società di consulenza, Associazioni imprenditoriali ed altre organizzazioni di servizio all'internazionalizzazione.

Relativamente alla funzione marketing di impresa, le competenze principali associate alla figura professionale in formazione riguardano l'analisi di clienti e concorrenti in contesti internazionali, la segmentazione dei mercati esteri, l'identificazione e la gestione del marketing mix internazionale. In relazione alla funzione commerciale, le competenze più rilevanti attengono all'identificazione e al contatto dei clienti esteri e alla gestione operativa delle loro relazioni con l'impresa. Quanto alla funzione approvvigionamento, le competenze dei laureati sono relative principalmente alla valutazione dei mercati esteri di approvvigionamento e alla gestione delle relazioni di fornitura. Con riferimento all'inserimento in funzioni interne a Centri di ricerca e altre organizzazioni di servizio, le competenze sono associate alle metodologie di analisi dei mercati esteri e alla conoscenza di modelli adeguati per l'interpretazione dei dati a supporto delle decisioni di policy o consulenza. Infine, l'operatività all'interno di tutte queste funzioni è facilitata dal patrimonio di competenze pluri-linguistiche acquisito dai laureati del corso di Economia e Marketing Internazionale.

competenze associate alla funzione:

I laureati del corso di Economia e Marketing Internazionale possiedono competenze adeguate a svolgere, fin dai primi anni di impiego, attività relative a:

- assistenza ai responsabili commercio estero e area manager di imprese industriali e di servizi, sia nelle fasi di gestione operativa dei clienti, sia nelle fasi di analisi strategica dei mercati e dei portafogli clienti;
- assistenza ai responsabili marketing di imprese industriali e di servizi, con particolare riferimento alle attività di comunicazione rivolte ai mercati esteri, organizzazione di fiere ed eventi promozionali;
- assistenza ai responsabili del buying internazionale di impresa;
- partecipazione ad attività di ricerca in posizione di ricercatore junior o di assistant researcher;
- in senso più generale, gestione di attività commerciali, di marketing e di assistenza alla direzione generale in tutte le imprese industriali e di servizi.

sbocchi professionali:

Lampiezza dei contenuti formativi del corso di laurea in Economia e Marketing Internazionale permette l'accesso ad un vasto insieme di ruoli e professioni qualificate. In particolare, i principali sbocchi occupazionali sono i seguenti:

- piccole, medie e grandi imprese già orientate ai mercati internazionali o in via di internazionalizzazione, operanti sia in settori industriali che nei servizi;
- imprese e organizzazioni di servizio alle imprese (es. Associazioni Imprenditoriali, Sindacati, Centri di ricerca pubblici e privati, Società di consulenza, Organismi internazionali) che supportano l'internazionalizzazione delle imprese e del sistema economico.

Il profilo di competenze acquisite mette i laureati in condizione di accedere con successo anche alle opportunità di impiego offerte da imprese estere e multinazionali.

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

- 6. Spedizionieri e tecnici dell'organizzazione commerciale - (3.3.4.1.0)
- 7. Agenti di commercio - (3.3.4.2.0)

QUADRO A3

Requisiti di ammissione

Per essere ammessi al corso di laurea in Economia e marketing internazionale occorre essere in possesso dei titoli di studio previsti dalla normativa vigente in materia. 04/04/2014

Sono inoltre richieste e verificate, mediante un test d'ingresso, buone capacità di ragionamento logico, competenza nella comprensione di testi in lingua italiana, conoscenze di base di matematica.

Il corso di studi prevede un numero programmato d'iscritti pari a 230. Il bando di ammissione viene pubblicato sul sito del Dipartimento di Economia.

L'esito della verifica può comportare l'attribuzione di obblighi formativi aggiuntivi in ambito matematico da soddisfare entro il primo anno di corso.

Link inserito: <http://www.economia.unimore.it/site/home/didattica/corsi-di-laurea/economia-e-marketing-internazionale.html>

QUADRO A4.a

Obiettivi formativi specifici del Corso

Il laureato in Economia e Marketing Internazionale acquisisce nel suo percorso di studio una solida base di competenze aziendali, integrate da conoscenze generali e specifiche relative ad altre fondamentali aree di apprendimento (economica, statistico-matematica, linguistica, giuridica) che, congiuntamente, consentono lo sviluppo di una piena preparazione alle destinazioni professionali del Corso. 04/04/2014

In particolare:

- nell'area di apprendimento economico-aziendale, gli obiettivi formativi perseguiti riguardano tutte le principali attività di gestione dell'impresa, a livello contabile e amministrativo, finanziario, organizzativo, con un approfondimento particolare rivolto all'area della gestione delle leve commerciali e di marketing e all'analisi dei mercati internazionali;
- nell'area economica, il laureato è preparato per conoscere le basi della microeconomia e della macroeconomia come strumento per comprendere il funzionamento dell'economia moderna. In particolare, l'obiettivo è di formare il laureato in modo specifico in materia di economia internazionale ed economia industriale, al fine di far sì che possa, oltre che disporre di una visione globale dei sistemi economici e della loro evoluzione, anche utilizzare tecniche di analisi economica dei mercati e dei settori internazionali per definirne il grado di attrattività e accessibilità;
- nell'area statistico-matematica, il laureato che si intende formare ha conoscenze relative alle principali tecniche di acquisizione ed elaborazione quantitativa dei dati e delle informazioni, sia a livello di impresa che di mercati;
- nell'area linguistica, l'obiettivo è di formare laureati che conoscano in modo approfondito la lingua inglese e un'altra lingua straniera di elezione (francese, tedesca, spagnola), così da potere interagire, sia in forma colloquiale che scritta, con interlocutori stranieri su temi di business. Il percorso di apprendimento delle lingue, grazie a una partecipazione attiva degli studenti alle attività proposte, si prefigge di migliorare e consolidare le quattro abilità linguistiche (ascolto, parlato, lettura e scrittura) nonché sviluppare capacità di apprendimento autonomo;
- nell'area giuridica, il laureato ha conoscenze approfondite delle basi giuridiche necessarie per operare in un'impresa e per comprendere le basi istituzionali del funzionamento dei mercati.

Il corso prevede una serie di insegnamenti di base in ognuna delle aree di apprendimento sopra citate, a cui fanno seguito, a partire dal secondo semestre del secondo anno, insegnamenti finalizzati a sviluppare competenze più specializzate, particolarmente nelle aree del marketing, dell'economia industriale e internazionale e delle lingue.

Al fine di sviluppare, a fianco delle conoscenze teoriche, anche una base di capacità applicative, le attività formative prevedono, laddove possibile, modalità didattiche volte a favorire l'applicazione dei concetti e strumenti appresi, anche attraverso

esercitazioni, studio di casi, relazioni scritte. Tali capacità sono ulteriormente rafforzate con le attività di tirocinio, il cui svolgimento deve consentire di applicare le competenze apprese. Per le attività di tirocinio la verifica avviene tramite la presentazione di una relazione scritta, da parte dello studente, al tutor assegnato.

QUADRO A4.b

Risultati di apprendimento attesi

Conoscenza e comprensione

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Economico-aziendale

Conoscenza e comprensione

I corsi introduttivi (Economia Aziendale, Economia e Gestione delle Imprese, Economia degli Intermediari Finanziari con elementi di Finanza) hanno l'obiettivo di sviluppare negli studenti la conoscenza di alcuni temi fondamentali dell'economia aziendale, così che essi possano disporre delle principali chiavi di lettura dei fenomeni riferibili alla vita delle aziende di produzione industriale e dei servizi. Sono fornite le conoscenze di base nell'ambito della rilevazione contabile del bilancio, della gestione strategica d'impresa e dei sistemi e intermediari finanziari, con i primi riferimenti anche ai concetti essenziali dell'organizzazione, del marketing, della finanza e delle altre funzioni aziendali.

I corsi di approfondimento sono rivolti alla conoscenza più specifica del marketing e della gestione commerciale (Marketing) e all'analisi dei mercati internazionali (Marketing internazionale I). Il corso di Marketing ha l'obiettivo di sviluppare conoscenze relative al comportamento d'acquisto del consumatore, alla segmentazione del mercato e al posizionamento, alla gestione delle leve operative di marketing (prodotto, prezzo, comunicazione e distribuzione), con un approfondimento specifico sul tema del marketing distributivo, ovvero sul comportamento di mercato delle imprese commerciali, sia in termini strategici che operativi (assortimento e marca commerciale, allocazione dello spazio espositivo in punto vendita; comunicazione e promozione della fedeltà del consumatore; pricing commerciale; organizzazione di fiere ed eventi promozionali). Per quanto concerne Marketing internazionale I, il corso si propone di offrire un quadro delle decisioni, degli strumenti e dei contenuti delle politiche di marketing delle imprese applicate ad un contesto di mercati internazionali, incluso l'analisi, selezione e segmentazione dei mercati esteri e la modalità di entrata esportativa sul mercato estero.

Allo studente è, inoltre, offerta l'opportunità di sviluppare conoscenze di carattere più specialistico sia nell'ambito del marketing internazionale (Marketing internazionale II), per approfondire aspetti relativi alle fasi e alle operazioni del processo di esportazione (aspetti legali, pagamenti, operazioni doganali), che delle tecniche per analizzare il consumatore sul mercato e per la soluzione di alcuni fondamentali problemi di marketing (Ricerca di marketing). Analoga opportunità è offerta allo sviluppo di conoscenze più specifiche in ambito di Organizzazione aziendale e di Programmazione e controllo.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Negli insegnamenti di base, gli studenti apprendono i concetti e il linguaggio dell'analisi aziendale e cominciano a sviluppare un primo senso critico per l'interpretazione dei fenomeni di impresa. Nei diversi ambiti disciplinari dell'economia aziendale gli studenti acquisiscono competenze per:

- applicare la metodologia contabile alla costruzione di un bilancio e operare valutazioni di convenienza economica;
- analizzare i lineamenti fondamentali di settori e mercati, valutare il legame tra risorse d'impresa e vantaggio competitivo;
- capire il funzionamento di base dei mercati finanziari e delle banche, nonché riconoscere le modalità di utilizzo di servizi e prodotti bancari e dei principali strumenti finanziari.

Attraverso gli insegnamenti a contenuto più specializzante, gli studenti imparano a:

- elaborare un piano integrato di marketing;
- utilizzare tecniche di implementazione delle strategie e delle politiche di marketing nei diversi contesti competitivi, in particolare nei diversi mercati internazionali;
- fornire analisi di mercato utili ad operare nell'ambito di organizzazioni e enti che forniscono servizi alle imprese;
- gestire un processo esportativo sia sul piano strategico che sul piano strettamente operativo;

- progettare, sviluppare e presentare una ricerca di marketing: dalla definizione del problema e del disegno di ricerca, alla metodologia di raccolta dei dati, al campionamento, all'analisi e interpretazione dei dati, alla scelta delle tecniche di analisi appropriate, fino alla stesura del report di ricerca.

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

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

Economia aziendale [url](#)

Economia e gestione delle imprese [url](#)

Economia degli intermediari finanziari (con elementi di finanza) [url](#)

Marketing [url](#)

Marketing internazionale I [url](#)

Marketing internazionale II [url](#)

Organizzazione aziendale [url](#)

Programmazione e controllo [url](#)

Ricerca di marketing [url](#)

Economica

Conoscenza e comprensione

I corsi introduttivi di area economica forniscono agli studenti gli elementi fondamentali per comprendere i meccanismi di funzionamento delle moderne economie di mercato. Le conoscenze di base di area microeconomica (Introduzione alla Microeconomia) riguardano il comportamento dei consumatori e delle imprese, la formazione dei prezzi, le varie forme di mercato (concorrenza, monopolio, oligopolio), la teoria dei giochi, l'equilibrio generale, il concetto di efficienza. Nell'ambito macroeconomico (Introduzione alla Macroeconomia), le conoscenze di base riguardano il reddito nazionale, la disoccupazione, l'inflazione, il ciclo economico, gli scambi con l'estero e il ruolo della politica fiscale e monetaria. Infine, nell'ambito dell'insegnamento di Scienza delle finanze, le conoscenze fondamentali riguardano le forme di fallimento del mercato ed il ruolo dell'intervento pubblico per contrastarle, il bilancio dello Stato ed i suoi effetti sull'economia, gli effetti distorsivi e distributivi delle imposte e la struttura dettagliata del sistema tributario italiano.

I corsi di approfondimento sono rivolti alla conoscenza più specifica dell'economia industriale, con particolare riferimento al funzionamento dei sistemi distrettuali di piccola impresa (Economia e istituzioni dei distretti industriali), studiati nella prospettiva dello sviluppo economico italiano, dei processi di internazionalizzazione ed innovazione dell'economia e delle politiche industriali più appropriate. Lo studente, inoltre, potrà acquisire conoscenze mirate nell'ambito dell'economia internazionale (Economia internazionale), con l'obiettivo di comprendere i fattori determinanti del commercio internazionale e le implicazioni che su questo hanno le differenze tra paesi nella dotazione di tecnologia e fattori produttivi (ad esempio, il fattore lavoro).

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Gli studenti dovranno essere in grado di applicare gli strumenti analitici appresi nell'interpretazione dei fenomeni economici oggetto di dibattito. Nei corsi di base verranno sviluppate le capacità di:

- risolvere problemi di ottimizzazione e di scelta dei soggetti economici, sia con strumenti matematici che con rappresentazioni grafiche;
- di ragionare in termini di vincolo di bilancio e costo opportunità;
- di saper interpretare il senso ed il ruolo dell'intervento pubblico in un contesto micro o macro, in determinati casi anche con un'adeguata e semplice formalizzazione;
- di saper leggere con spirito critico documenti di enti pubblici o privati di contenuto economico;
- di sapere dove trovare e come elaborare i dati necessari per studiare un certo problema economico.

Nei corsi a contenuto più specialistico, l'obiettivo è di portare gli studenti a:

- comprendere le tecniche di analisi dei sistemi di piccola impresa;
- utilizzare strumenti interpretativi di natura grafica per analizzare le conseguenze che i grandi cambiamenti a livello di offerta e di domanda hanno sul consumo e sulla produzione internazionale.

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

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

Introduzione alla microeconomia [url](#)

Storia economica [url](#)

Introduzione alla macroeconomia [url](#)

Scienza delle finanze [url](#)

Statistico-matematica

Conoscenza e comprensione

Le conoscenze matematiche di base (Matematica e matematica finanziaria) riguardano tre principali ambiti: algebra lineare (calcolo matriciale e risoluzione di sistemi di equazioni lineari), calcolo (calcolo differenziale per funzioni di una e due variabili e calcolo integrale), matematica finanziaria (capitalizzazione e attualizzazione, rendite, ammortamenti, investimenti e finanziamenti in condizioni di certezza).

Le conoscenze statistiche di base (Statistica) riguardano la statistica descrittiva (distribuzioni, indici di posizione, indici di variabilità), la teoria della probabilità (variabili casuali discrete e continue, momenti, teoremi limite), l'inferenza statistica (campioni e distribuzioni campionarie, teoria degli stimatori, test di ipotesi) e il modello di regressione lineare semplice.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Lo studente dovrà acquisire la capacità di:

- utilizzare il linguaggio simbolico matematico e statistico nello studio e nella formalizzazione dei problemi economici, finanziari ed aziendali;
- applicare gli strumenti matematici nell'analisi e nell'ottimizzazione dei processi economici, finanziari ed aziendali;
- individuare un adeguato modello statistico per la rappresentazione di dati e di utilizzare le principali distribuzioni di probabilità;
- eseguire test statistici e di stimare un modello di regressione lineare semplice.

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

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

Matematica e matematica finanziaria [url](#)

Statistica [url](#)

Linguistica

Conoscenza e comprensione

I percorsi di apprendimento della lingua inglese e delle seconde lingue si focalizzano similmente sulla comunicazione professionale e sull'uso della lingua in ambiti economici, finanziari e aziendali. La disamina di testi autentici, scritti e orali, offre, da un lato, spunti per il rafforzamento o consolidamento, a livello teorico e pratico, della grammatica e della sintassi, e dall'altro, favorisce uno studio di aspetti lessicali e fraseologici tipici della lingua utilizzata specificamente in contesti economico-aziendali. Lo studio ragionato e approfondito di una molteplicità di pratiche comunicative autentiche introduce gli studenti agli strumenti retorico-testuali dei principali generi della business communication (vedasi ad esempio la corrispondenza commerciale, reports, minutes ecc.) e alle loro peculiarità o prerogative formali e discorsive. I corsi intendono altresì sviluppare la consapevolezza dei molteplici aspetti culturali che determinano e influenzano le attività e le modalità di comunicazione a livello nazionale e internazionale.

In particolare, il percorso di apprendimento della lingua inglese si articola sui tre anni della Laurea e si svolge attraverso lezioni di didattica ufficiale (Lingua Inglese Idoneità, e Lingua Inglese II) a cura del docente e attraverso esercitazioni tenute dal Collaboratore ed Esperto Linguistico (CEL) di madrelingua inglese. I corsi di didattica si prefiggono complessivamente il raggiungimento da parte degli studenti del livello B2 del Quadro Comune di Riferimento del Consiglio d'Europa (Common European Framework of Reference). Ai corsi di didattica ufficiale offerti agli studenti al primo e terzo anno di corso si affiancano, sui tre anni di corso, esercitazioni linguistiche a cura dei CEL, orientate al potenziamento delle quattro abilità linguistiche, ovvero ascolto, lettura e produzione scritta e orale.

Per quanto concerne le seconde lingue (lingua francese / lingua spagnola / lingua tedesca), il percorso di apprendimento

prevede sul secondo anno del corso di laurea in Economia e Marketing Internazionale un corso di didattica ufficiale (6 CFU) al quale si affiancano, sui tre anni di corso, le esercitazioni linguistiche a cura dei Collaboratori ed Esperti Linguistici (CEL). I corsi di didattica ufficiale (Lingua Francese I, Lingua Spagnola I, Lingua Tedesca I), il cui obiettivo è il raggiungimento da parte degli studenti del livello B1 del Quadro Comune di Riferimento del Consiglio d'Europa (Common European Framework of Reference), si propongono, attraverso la lettura, l'analisi e la successiva rielaborazione di documenti autentici, di migliorare l'abilità di ricezione e di produzione di testi scritti in ambito economico e aziendale. Lo studio di un repertorio diversificato di documenti, esemplificativi di vari generi testuali, consente agli studenti di sperimentare diverse tecniche di lettura e di analisi, di rinforzare le loro conoscenze e competenze grammaticali, lessicali nonché comunicative, e di riflettere contestualmente sulle peculiarità socioculturali dei paesi di lingua francese / spagnola / tedesca. Le esercitazioni tenute dai collaboratori ed esperti linguistici, che si affiancano alle lezioni di didattica ufficiale, sono finalizzate al consolidamento delle quattro abilità di base: ascolto, lettura e produzione scritta e orale nella lingua standard.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Con riferimento alla lingua inglese, i corsi di didattica ufficiale e le esercitazioni linguistiche forniscono in modo sinergico le competenze necessarie per:

- in generale, migliorare le capacità d'uso della lingua scritta e orale in contesti professionali e fornire agli studenti strumenti per l'analisi e la decodifica di testi specialistici nelle aree disciplinari economiche, finanziarie e aziendali;
- redigere testi chiari e strutturati in modo adeguato (quali ad esempio lettere, fax, email e reports);
- utilizzare un vocabolario tecnico relativamente ampio;
- leggere testi riguardanti argomenti generali e specialistici (quali, ad esempio, testi tratti dalla stampa specialistica) e comprenderne le idee fondamentali;
- comprendere globalmente testi orali e brani di authentic spoken English;
- prendere parte a una conversazione su tematiche generali o relative all'ambito specifico del business;
- interagire con una certa scioltezza e spontaneità, anche tenendo conto di elementi di comunicazione inter- e cross-culturale.

Con riferimento alle seconde lingue, la didattica ufficiale e le esercitazioni linguistiche forniscono agli apprendenti le competenze necessarie per:

- la comprensione globale di testi le cui tematiche sono riconducibili all'ambito economico e aziendale (vedasi articoli tratti dalla stampa specialistica) nonché il riconoscimento della principale linea argomentativa dei testi stessi;
- individuazione e la comprensione delle informazioni principali contenute in messaggi orali riguardanti argomenti generali e/o specialistici (vedasi trasmissioni radiofoniche e televisive);
- la partecipazione a conversazioni, dibattiti e discussioni mostrando discreta scioltezza e spontaneità;
- la stesura di testi specialistici brevi, semplici e coerenti.

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

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

Lingua inglese (idoneità) [url](#)

Lingua francese I [url](#)

Lingua spagnola I [url](#)

Lingua tedesca I [url](#)

Lingua inglese II [url](#)

Giuridica

Conoscenza e comprensione

I corsi introduttivi mirano a fornire allo studente una serie di nozioni e di strumenti conoscitivi elementari del fenomeno giuridico il cui apprendimento risulta propedeutico allo studio delle diverse materie della medesima area che verranno impartite negli anni successivi ed utile per ogni insegnamento, anche di natura extragiuridica, che a quelle nozioni faccia esplicito od implicito riferimento. In quest'ottica, pertanto, sono fornite sia (Diritto Pubblico) conoscenze di base relative alla teoria generale del diritto, al sistema delle fonti ed alla struttura costituzionale dello Stato, sia (Diritto Privato e Commerciale) conoscenze relative alle regole fondamentali che presidono ai rapporti tra soggetti privati (diritti, obblighi e responsabilità degli operatori economici e sociali), alla disciplina giuridica dell'impresa, dei titoli di credito e delle società.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Negli insegnamenti gli studenti acquisiscono competenze atte a:

- comprendere la realtà istituzionale in cui si inserisce ogni attività economica ed imprenditoriale;
- operare, a livello elementare, tramite il linguaggio tecnico che contraddistingue l'agire giuridico;
- utilizzare gli strumenti ermeneutici che consentono di individuare il significato prescrittivo delle fonti del diritto ed il contenuto proprio degli accordi tra privati;
- sviluppare un primo senso critico per la comprensione giuridica del fenomeno di impresa.

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

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

Diritto pubblico [url](#)

Diritto privato e commerciale - II parte [url](#)

Diritto privato e commerciale - I parte [url](#)

QUADRO A4.c	Autonomia di giudizio Abilità comunicative Capacità di apprendimento
Autonomia di giudizio	<p>Il Corso di Laurea in Economia e marketing internazionale, attraverso gli strumenti e le competenze pratiche e operative fornite per sviluppare l'analisi e la ricerca sulle principali problematiche che le imprese affrontano nella loro attività sui mercati internazionali, permette l'acquisizione di capacità di autonomia di giudizio, per cui il laureato:</p> <ul style="list-style-type: none">- è in grado di raccogliere, analizzare e interpretare le informazioni relative ai processi e alle attività di marketing in contesti di mercato altamente dinamici e complessi;- è in grado di formulare e formalizzare giudizi sulle diverse condizioni di attrattività sia dei mercati che dei clienti internazionali, supportando il management aziendale nella formulazione e implementazione dei piani operativi;- ha le conoscenze necessarie per inquadrare e risolvere i principali problemi che si presentano nella gestione delle PMI che vogliono crescere sui mercati internazionali, grazie ad una conoscenza delle peculiarità che tali imprese esprimono sul piano dei processi di evoluzione e innovazione. <p>L'autonomia di giudizio viene sviluppata e verificata mediante esercitazioni, seminari, preparazione di elaborati e, in occasione dell'attività di tirocinio, tramite la predisposizione della relazione in vista della prova finale.</p>
Abilità comunicative	<p>Il Corso di laurea in Economia e Marketing Internazionale permette l'acquisizione di competenze e strumenti per lo sviluppo di adeguate abilità comunicative e relazionali.</p> <p>In particolare, il laureato:</p> <ul style="list-style-type: none">- sa esprimere concetti e argomentare, utilizzando opportunamente la terminologia tecnico-economica, sia con interlocutori esperti che non esperti della materia, nazionali e internazionali;- sa comunicare con efficacia informazioni, idee, problemi e soluzioni con riferimento a fenomeni e situazioni aziendali;- sa comunicare nell'ambito di una trattativa commerciale, sindacale o di dialogo sociale;- sa redigere una relazione scritta su argomenti di natura economico-gestionale, così come sa esporlo a voce utilizzando le tecniche multimediali;

	<p>- sa comunicare tenendo conto dell'influenza di elementi interculturali e cross-culturali. Le abilità comunicative sono incoraggiate e sviluppate in occasione delle attività formative che prevedono, anche attraverso il lavoro di gruppo, la preparazione di relazioni scritte e la loro esposizione orale con l'ausilio di strumenti informatici. L'acquisizione delle abilità comunicative è prevista, inoltre, in occasione dello svolgimento del tirocinio e tramite l'attività svolta dallo studente per la discussione della prova finale.</p> <p>Al fini di sviluppare e consolidare la conoscenza delle lingue estere (in particolare della lingua inglese) e la padronanza del linguaggio specialistico relativo alle materie economiche ed aziendali, sono previste apposite attività formative con relativa prova di verifica.</p>	
<p>Capacità di apprendimento</p>	<p>Al termine del percorso formativo, il laureato in Economia e marketing internazionale ha sviluppato e consolidato le abilità di apprendimento necessarie per affrontare ulteriori studi universitari e post-universitari con un alto grado di autonomia.</p> <p>Le capacità di apprendimento sono conseguite nel percorso di studio nel suo complesso e valutate attraverso forme di verifica continua durante le attività formative.</p> <p>Esercitazioni, lavori di gruppo, elaborati di carattere individuale mettono alla prova le capacità di comprensione e di approfondimento di singoli temi, di analisi critica e di confronto.</p>	

QUADRO A5

Prova finale

Come prova finale è prevista la presentazione di un elaborato predisposto dallo studente sull'attività di tirocinio. Solo in casi eccezionali, debitamente regolati, la prova finale consisterà invece nello svolgimento di un progetto di ricerca.

La votazione sarà espressa in centodecimi e si baserà sulla media degli esami di profitto secondo modalità che verranno specificate nel Regolamento del Corso di Laurea.

Il titolo si intende conseguito se la votazione finale è almeno di 66/110. Per conseguire la laurea lo studente deve aver acquisito almeno 180 crediti complessivi.

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Tesi discusse nell'a.a. 2013/2014



QUADRO B1.a

Descrizione del percorso di formazione

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Piano di studi e matrice delle relazioni tra risultati di apprendimento attesi indicati dal CdS e attività didattiche del Corso di Studi

QUADRO B1.b

Descrizione dei metodi di accertamento

La verifica che i risultati di apprendimento attesi sono effettivamente acquisiti dagli studenti può avvenire attraverso il sostenimento di esami scritti, orali oppure sia scritti che orali a seconda delle caratteristiche degli insegnamenti e a discrezione del docente responsabile.

Ogni "scheda insegnamento", in collegamento informatico al Quadro A4-b, indica, oltre al programma dell'insegnamento, anche il modo cui viene accertata l'effettiva acquisizione dei risultati di apprendimento da parte dello studente.

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Regole svolgimento esami

QUADRO B2.a

Calendario del Corso di Studio e orario delle attività formative

<http://www.economia.unimore.it/site/home/didattica/organizzazione-didattica.html>

QUADRO B2.b

Calendario degli esami di profitto

<http://www.economia.unimore.it/site/home/didattica/organizzazione-didattica/appelli-desame.html>

QUADRO B2.c

Calendario sessioni della Prova finale

<http://www.economia.unimore.it/site/home/didattica/organizzazione-didattica/sedute-di-laurea.html>

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.	IUS/09	Anno di corso 1	Diritto pubblico link	PINARDI ROBERTO CV	PO	6	42	
2.	SECS-P/07	Anno di corso 1	Economia aziendale link	KOCOLLARI ULPIANA CV		12	42	
3.	SECS-P/07	Anno di corso 1	Economia aziendale link	BRUGNOLI CARLO CV	PO	12	42	
4.	SECS-P/08	Anno di corso 1	Economia e gestione delle imprese link	MARCHI GIANLUCA CV	PO	6	42	
5.	INF/01	Anno di corso 1	Informatica (idoneità) link	BORDONI STEFANO CV	RU	3	21	
6.	SECS-P/01	Anno di corso 1	Introduzione alla microeconomia link	GIOVANNETTI ENRICO CV	PA	9	63	
7.	L-LIN/12 L-LIN/12	Anno di corso 1	Lingua inglese (idoneità) link	BROMWICH WILLIAM JOHN CV	RU	6	42	
8.	SECS-S/06	Anno di corso 1	Matematica e matematica finanziaria link	MUZZIOLI SILVIA CV	PA	12	42	
9.	SECS-S/06	Anno di corso 1	Matematica e matematica finanziaria link	FERRARI LUCA CV		12	42	
10.	SECS-P/12	Anno di corso 1	Storia economica link	GIUNTINI ANDREA CV	PA	6	42	

QUADRO B4

Aule

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Elenco Aule Dipartimento

QUADRO B4

Laboratori e Aule Informatiche

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Elenco Laboratori e Aule Informatiche

QUADRO B4

Sale Studio

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Elenco Sale Studio

QUADRO B4

Biblioteche

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Biblioteca di Economia Sebastiano Brusco

QUADRO B5

Orientamento in ingresso

I servizi e le attività di orientamento costituiscono un significativo sostegno alle scelte che si compiono nel processo di formazione culturale e professionale nel momento di transizione dalla scuola all'università e dall'università al lavoro. 16/04/2015

L'Ateneo di Modena e Reggio Emilia ha attivato da anni un apposito ufficio Orientamento che si articola in due sezioni:

Orientamento allo Studio con Sportello Informastudenti e Orientamento al Lavoro e Placement.

In particolare l'Ufficio Orientamento allo Studio offre servizi di informazione e consulenza per favorire e sviluppare la conoscenza del sistema universitario per chi si vuole iscrivere ad un corso universitario, o se già iscritto, necessita di riesaminare la propria scelta.

Per il dettaglio dei servizi e delle attività dell'ufficio orientamento allo studio è possibile consultare il sito www.orientamento.unimore.it

Oltre alla presentazione dell'offerta formativa del Dipartimento agli studenti delle ultime classi delle scuole superiori, all'interno delle due iniziative organizzate a livello di Ateneo, Unimore Orienta e Mi piace Unimore, previste nei mesi di febbraio e di luglio, il delegato all'orientamento e la coordinatrice didattica partecipano ad incontri ad hoc presso le scuole superiori che ne fanno richiesta.

Verso la fine del mese di settembre, comunque prima dell'inizio delle lezioni di ciascun anno accademico, la segreteria didattica del Dipartimento organizza anche un incontro rivolto alle nuove matricole dei corsi di laurea triennali con l'obiettivo di presentare loro i servizi del Dipartimento: la Biblioteca Sebastiano Brusco, la gestione on-line della carriera del nuovo studente, l'utilizzo dell'indirizzo personale di posta elettronica, la scansione del calendario accademico e le regole della vita in Dipartimento. Come ulteriore momento di conoscenza nei confronti degli studenti delle scuole superiori, il Dipartimento organizza annualmente tirocini formativi nei periodi di febbraio e maggio, durante i quali gli studenti possono svolgere attività formative connesse all'offerta didattica del Dipartimento.

Tutte le notizie utili ai potenziali studenti sono consultabili sul sito del Dipartimento all'interno del quale è stato creato l'apposito profilo di navigazione Futuro studente.

Il delegato all'orientamento in ingresso, di concerto con la coordinatrice didattica e la segreteria didattica, incontra tutti gli studenti che abbiano particolari esigenze o semplicemente necessità di ulteriori chiarimenti e informazioni ad personam.

Descrizione link: Ufficio Orientamento di Ateneo

Link inserito: <http://www.orientamento.unimore.it/site/home.html>

QUADRO B5

Orientamento e tutorato in itinere

L'attività di orientamento e tutorato in itinere viene svolta in modo prevalente dal gruppo di docenti individuati ad hoc per ciascun corso di studi. Questi docenti sono affiancati nel loro lavoro di tutorato da una persona della segreteria didattica che si occupa di rispondere in particolare alle richieste di carattere organizzativo e amministrativo. 16/04/2015

Un servizio importante di tutorato in itinere è quello che il Dipartimento di Economia Marco Biagi ha attivato già da alcuni anni e che prevede il coinvolgimento e la collaborazione degli studenti più meritevoli delle lauree magistrali. Grazie al progetto di Ateneo Fondo sostegno giovani, gli studenti, selezionati sulla base del loro merito accademico, svolgono circa 90 ore ciascuno aiutando gli altri studenti per esempio nella compilazione dei piani di studio on-line, nello studio di particolari materie considerate più impegnative, nel rispondere alle mille domande che possono sorgere soprattutto agli inizi della carriera universitaria rispetto ai diversi insegnamenti, alle modalità di studio, alle difficoltà di un esame in particolare etc.

Alcuni studenti-tutor in particolare svolgono esercitazioni guidate in Matematica e matematica finanziaria, in Economia aziendale, in "Introduzione alla Microeconomia" e in "Statistica", materie previste nel piano di studi del primo e secondo anno di corso e che presentano significative difficoltà per le neo-matricole.

La segreteria didattica inoltre attiva un ricevimento rivolto a tutti gli studenti del Dipartimento che si svolge due mattine alla settimana: martedì e giovedì dalle 9:30 alle 12:30 lungo tutto l'arco dell'anno.

QUADRO B5

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

Gli studenti iscritti al corso possono contare su numerosi servizi di supporto per perfezionare la propria formazione all'estero, in particolare attraverso lo svolgimento di stage e tirocini presso enti ed imprese europee o extraeuropee. 16/04/2015

Il Programma Erasmus+ per Traineeship, che ha sostituito il precedente programma Erasmus Placement, consente agli studenti iscritti al corso di laurea di svolgere un periodo di tirocinio, della durata non inferiore a 2 mesi, presso un ente o un'impresa con sede in Europa, usufruendo di una borsa di studio a copertura parziale delle spese affrontate durante la permanenza all'estero: gli studenti possono accedere al programma attraverso un bando pubblico di selezione. Con riferimento agli ultimi anni, le borse Erasmus Placement/Erasmus+ per Traineeship destinate agli studenti dei corsi del Dipartimento di Economia Marco Biagi sono state 19 per l'anno accademico 2011-2012, 29 per l'anno accademico 2012-2013, 30 per l'anno accademico 2013-2014 e 32 per l'anno accademico 2014-2015.

Il corso offre inoltre la possibilità agli studenti di svolgere all'estero un periodo di stage, anche come esperienza formativa funzionale alla redazione della tesi di laurea. L'Ufficio Stage di dipartimento, che funge da ente di attivazione, si occupa di gestire sia la parte amministrativa sia i rapporti con le imprese estere, fornendo supporto dal momento della ricerca fino alla conclusione dell'esperienza.

Come ulteriore elemento volto a rafforzare la vocazione internazionale del corso, agli studenti del terzo anno del corso in

Economia e Marketing Internazionale è assegnata annualmente una borsa di studio, erogata grazie al contributo della Camera di Commercio di Modena e Reggio Emilia, per lo svolgimento dello stage curriculare in un paese europeo o extraeuropeo.

QUADRO B5

Assistenza e accordi per la mobilità internazionale degli studenti

Il Dipartimento di Economia Marco Biagi ha stabilito una fitta rete di relazioni internazionali nell'attività di ricerca e collabora con ^{28/04/2014} altre Università straniere nei Programmi Erasmus+ e Moreoverseas. Nell'ambito di tali Programmi, gli studenti hanno l'opportunità di frequentare corsi e predisporre la tesi finale presso le Università dei principali paesi europei e mondiali o di svolgere esperienze di stage presso imprese estere.

Il Dipartimento attiva anche specifiche borse di studio per lo svolgimento di stage o progetti di tesi all'estero.

Esiste un ufficio mobilità del Dipartimento di Economia che è la struttura di riferimento per gli studenti in tutte le fasi del programma di scambio.

Si occupa infatti di:

curare la diffusione delle informazioni sui programmi di scambio

raccogliere materiale informativo sulle istituzioni partner e metterlo a disposizione degli studenti

assistere gli studenti in ogni fase della mobilità (elaborazione delle candidature, compilazione formulari, contatti con le istituzioni straniere)

tenere un dossier aggiornato per ogni studente

occuparsi dell'accoglienza di studenti e docenti stranieri

fornire consulenza relativamente a:

o riconoscimento dell'attività effettuata all'estero

o aggiornamento dei piani di studio

o pratiche burocratiche

Il Dipartimento ha siglato due accordi, uno con l'Università di Applied Sciences di Augsburg (Germania) ed uno con l'Università Jaume I di Castellon - Facultad de Ciencias Jurídicas y Económicas (Spagna), per consentire a 4 studenti ogni anno (due italiani iscritti al corso di laurea in Economia e marketing internazionale e due degli atenei partner) di conseguire un doppio diploma di laurea.

Link inserito: <http://www.economia.unimore.it/site/home/didattica/doppi-diplomi.html>

Atenei in convenzione per programmi di mobilità internazionale

Ateneo/i in convenzione	data convenzione	durata convenzione A.A.
Carinthia University of Applied Sciences (Karnten AUSTRIA)	16/12/2013	8
Universiteit Antwerpen (Antwerpen BELGIO)	17/01/2014	8
Katholieke Universiteit Leuven (Leuven BELGIO)	13/02/2014	8
Varna Free University (Varna BULGARIA)	06/06/2014	8
Zagreb School of Economics and Management (Zagabria CROAZIA)	20/12/2013	8
Via University College (Horsens DANIMARCA)	17/12/2014	8
Estonian Business School - Tallinn (Tallinn ESTONIA)	20/12/2013	8

Centria University of Applied Sciences (Kokkola FINLANDIA)	21/05/2014	8
Seinajoki University of Applied Sciences (Seinäjoki FINLANDIA)	06/02/2014	8
Ecole Supérieure des Sciences Commerciales D'Angers ESSCA (Angers FRANCIA)	28/11/2013	8
Université d'Angers (Angers FRANCIA)	19/12/2014	7
Université Lille I Sciences et Technologies (Lille FRANCIA)	23/05/2014	8
Université de Montpellier I (Montpellier FRANCIA)	23/07/2014	8
ESCE - Parigi (Paris FRANCIA)	12/11/2014	8
NEOMA Business School (Reims FRANCIA)	07/02/2014	8
Fachhochschule Augsburg (Augsburg GERMANIA)	15/01/2014	8
Hochschule für Technik und Wirtschaft (HTW) Berlin - University of Applied Sciences (Berlin GERMANIA)	18/09/2014	8
Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt (Eichstätt GERMANIA)	27/11/2013	8
Justus Liebig Universität (Giessen GERMANIA)	16/12/2013	8
Universität Kassel (Kassel GERMANIA)	17/01/2014	8
University of Postdam (Postdam GERMANIA)	25/11/2013	8
Viesoji istaiga Klaipėdos Socialinių Mokslų Kolegija - Klaipėda (Klaipėda LITUANIA)	16/12/2013	8
Molde University College (Molde NORVEGIA)	06/12/2013	8
Inholland University - Rotterdam (Rotterdam OLANDA)	11/06/2014	8
Akademia Polonijna w Częstochowie (Częstochowa POLONIA)	16/12/2013	8
Politytechnic Institute of Cavado and Ave (Barcelos PORTOGALLO)	17/01/2014	7
Universidade de Coimbra (Coimbra PORTOGALLO)	14/01/2014	7
Instituto Universitário de Lisboa (ISCTE-IUL) (Lisbona PORTOGALLO)	14/01/2014	7
Instituto Politécnico do Porto (Porto PORTOGALLO)	22/01/2014	8
University of Strathclyde (Glasgow REGNO UNITO)	13/05/2014	6
Ceska Zemědělská Univerzita V (Prague REPUBBLICA CECA)	10/01/2014	8
Universitatea din București (București ROMANIA)	23/05/2014	8
University "Ștefan Cel Mare" Suceava (Suceava ROMANIA)	20/11/2013	8
Universidad de Almería (Almería SPAGNA)	17/01/2014	8
Universitat Pompeu Fabra (Barcelona SPAGNA)	06/12/2013	8
Universidad de Cádiz (Cádiz SPAGNA)	14/02/2014	8
Universidad 'Jaume I' de Castellón (Castellón De La Plana SPAGNA)	11/04/2014	8
Universidad de Granada (Granada SPAGNA)	18/11/2013	7
Universidad de Jaén (Jaén SPAGNA)	17/11/2014	8

Universidad de A Coruña (La Coruna SPAGNA)	03/12/2014	8
Universidad de La Laguna (La Laguna (Tenerife) SPAGNA)	08/05/2014	8
Universidad de La Rioja (La Rioja SPAGNA)	04/12/2013	8
Universidad de Las Palmas de Gran Canaria (Las Palmas De Gran Canaria SPAGNA)	08/05/2014	8
Universidad Carlos III (Madrid SPAGNA)	27/11/2013	8
Universidad Rey Juan Carlos (Madrid SPAGNA)	04/12/2013	8
Universidad San Pablo CEU (Madrid SPAGNA)	27/03/2014	8
Universidad de Oviedo (Oviedo SPAGNA)	19/12/2013	8
Universidade de Santiago de Compostela (Santiago De Compostela SPAGNA)	03/12/2013	8
Universitat Rovira I Virgili (Tarragona SPAGNA)	11/11/2013	8
Universidad de Zaragoza (Zaragoza SPAGNA)	15/01/2014	8
Högskolan Dalarna (Falun SVEZIA)	16/12/2013	8
Hogskolan Kristianstad (Kristianstad SVEZIA)	03/12/2013	8
Hochschule Lucerne University - Wirtschaft (Luzern SVIZZERA)	21/02/2014	8
Zurcher Hochschule Winterthur (Winterthur SVIZZERA)	10/01/2014	8
ESSCA - sede di Budapest (Budapest UNGHERIA)	28/11/2013	8

QUADRO B5

Accompagnamento al lavoro

07/04/2014

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

I laureandi e i laureati del corso, in qualità di studenti Unimore, possono rivolgersi all'Ufficio Orientamento allo Studio, Lavoro e Placement, che mette in atto diverse strategie mirate alla conoscenza del mercato del lavoro e a favorire l'incontro fra domanda e offerta di lavoro.

Tale servizio svolge attività personalizzate mirate all'inserimento lavorativo ed organizza incontri con le imprese, presentazioni aziendali, consultazione delle offerte di lavoro e stage per neolaureati, attivazione di tirocini post-laurea, consulenza per la compilazione del CV, formazione specifica 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 inoltre, attraverso il servizio di pubblicazione di annunci sulla bacheca telematica ed il servizio di consultazione dei CV dei laureati, svolge un servizio di intermediazione e incontro tra domanda e offerta di lavoro.

Un ulteriore supporto all'attività di accompagnamento al lavoro è svolta, per gli studenti del corso, dall'Ufficio Stage del Dipartimento di Economia Marco Biagi. Sul portale on-line del Dipartimento è stata appositamente istituita una bacheca on-line dove enti e imprese possono pubblicare gratuitamente annunci di lavoro indirizzati a laureati del Dipartimento di Economia. Anche a livello di Dipartimento sono inoltre organizzati incontri specifici con importanti realtà aziendali interessate ad incontrare e conoscere laureandi e laureati in discipline economiche.

L'Ufficio Stage funge infine da ente di attivazione nel caso di tirocini di formazione e orientamento post-laurea.

Per approfondire, è possibile consultare i seguenti link:

Servizio di Ateneo - <http://www.orientamento.unimore.it/site/home/orientamento-al-lavoro-e-placement.html>

Servizio di Dipartimento -

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

QUADRO B5

Eventuali altre iniziative

03/04/2014

La segreteria didattica si occupa di supportare gli studenti sulle seguenti attività:

- Orientamento in entrata e in itinere
- Trasferimenti e passaggi corsi di studio
- supporto iscrizione on-line agli esami
- supporto compilazione dei piani degli studi
- Informazioni agli studenti in merito ai corsi di studio
- Informazioni sulla didattica
- Assistenza agli studenti

L'ufficio stage promuove e gestisce l'offerta di tirocini formativi e di orientamento e di borse di studio in Italia e all'estero avvalendosi di una consolidata rete di contatti con associazioni di categoria, imprese pubbliche e private, studi professionali, enti pubblici, fondazioni e istituzioni nazionali e internazionali.

Il Servizio consente allo studente di intraprendere, affiancato da un tutor aziendale e da un tutor di Dipartimento, percorsi di formazione sul lavoro altamente qualificanti.

Le principali attività dell'ufficio sono:

- Promozione e gestione dei tirocini per studenti e laureati
- Assistenza nella preparazione dei curricula
- Gestione dei rapporti con le aziende che collaborano con il Dipartimento di Economia
- Organizzazione di presentazioni aziendali

La segreteria studenti cura i procedimenti amministrativi relativi agli studenti iscritti e fornisce informazioni per tutti gli adempimenti burocratici (iscrizione, tasse, domanda di laurea) lungo l'intero arco della carriera universitaria

Il Centro stampa, dove gli studenti possono reperire il materiale didattico lasciato dai docenti (dispense, programma del corso) e acquistare le tessere per fotocopie, da utilizzare presso le 5 macchine fotocopiatrici, disponibili all'interno del Dipartimento e della Biblioteca.

La Biblioteca di Economia Sebastiano Brusco offre diversi servizi agli studenti:

Consultazione materiale cartaceo e risorse elettroniche (Trova-Riviste, Meta-lib, E-book, Servizio VPN): possibilità di accesso a una moltitudine di cataloghi; Catalogo - Sebina Open-Library, cataloghi di periodici online e cartacei, cataloghi delle più importanti banche dati, possibilità di consulto di cataloghi di altre biblioteche, di editori e libri online ed in commercio.

Consultazione online di diversi siti, link e portali di informazione, centri studi relativi all'analisi e all'approfondimento degli studi riguardanti i principali distretti industriali locali e nazionali.

Prestito

Fornitura di articoli di periodici (formato cartaceo o digitale)

Prestito inter-bibliotecario (ILL)

Corsi di formazione agli utenti, nello specifico:

o Per le matricole: presentazione dei servizi offerti, organizzazione della biblioteca

o Per i laureandi: incontri sulla ricerca del materiale per la tesi, per approfondire la conoscenza dei principali strumenti di ricerca bibliografica e delle fonti disponibili, sia a stampa che online.

Servizio wireless della biblioteca

Servizio attivo per eventuali reclami e segnalazioni-suggerimenti

Eventi quali l'aperitivo in biblioteca: Libri in Discussione; presentazione dei consigliati periodicamente dalla Biblioteca.

Sito web: <http://biblioeco.unimore.it/home/home.aspx>

Gli studenti del Dipartimento possono usufruire di un servizio di Counseling gratuito di supporto individuale quale strumento di crescita, conoscenza e miglioramento personale. Il Counseling è uno strumento di autoconsapevolezza che opera nell'ambito della salutogenesi (non della patologia) con lo scopo di aiutare e sostenere la persona che si trova in situazione di momentanea difficoltà con ricadute in vari ambiti, non ultimo quello degli studi. E' un percorso di breve durata che, attraverso il dialogo e la relazione, valorizza le risorse personali dell'individuo per renderlo autonomo nelle scelte e nelle decisioni. Attraverso colloqui individuali condotti da esperti del settore - si valorizza la capacità di autosostegno nel realizzare il proprio progetto formativo - si favorisce la conoscenza dei propri punti di forza e debolezza per affrontare con efficacia situazioni difficili - si rafforza la fiducia nelle proprie capacità (empowerment).

L'Ateneo di Modena e Reggio Emilia, per assicurare uguali opportunità e uguali diritti agli studenti con bisogni particolari, ha attivato uno specifico servizio di Accoglienza studenti disabili e dislessici.

Allo scopo di facilitare l'accesso degli studenti disabili e con DSA (Disturbo Specifico dell'Apprendimento) alle attività accademiche, per favorirne una migliore integrazione e partecipazione alla vita universitaria, sotto i diversi aspetti (accademici, culturali e sociali), e per garantire la fruibilità in tutti gli ambienti e l'utilizzo di particolari ausili tecnici, informatici e didattici, il Dipartimento di Economia Marco Biagi ha individuato una apposita Commissione composta da uno o più docenti Referenti di Dipartimento per la Disabilità e dal Coordinatore didattico.

La Commissione di Dipartimento, in stretta collaborazione con il Servizio disabilità d'Ateneo:

incontra gli studenti: in fase di orientamento, per dare informazioni sui corsi di laurea ma anche per capire le necessità di ciascuno studente; in itinere, per aiutarli nel corso degli studi e fornire loro i sussidi tecnici e didattici necessari per il superamento degli esami; al termine del percorso universitario, per cercare insieme percorsi di inserimento nel mondo del lavoro

li supporta durante le lezioni e nella fase di studio;

li supporta dal punto di vista organizzativo nella preparazione degli esami;

sensibilizza il corpo docente rispetto all'utilizzo di strumenti e modalità didattiche e di frequenza alle lezioni, nonché rispetto alla definizione di prove d'esame funzionali alle diverse abilità degli utenti.

Sito web: <http://www.unimore.it/servizistudenti/disabili.html>

Dolly è un servizio on-line di supporto alla didattica per gli studenti immatricolati del Dipartimento, gestito direttamente dai docenti, che comprende, ad esempio, materiali di studio, lezioni registrate, esercitazioni, forum. Vengono inoltre programmati test di valutazione e appelli on-line utilizzando la piattaforma Dolly, che si svolgono presso il Laboratorio informatico 1.

sito web: dolly.economia.unimore.it

Per i laureandi è previsto un ricevimento per comunicazione dei dati, consulenza tecnica e supporto alla fase di elaborazione di banche dati micro e macro-economiche (sono riservate due ore di ricevimento in due differenti giornate). Lezioni di introduzione all'utilizzo di software per l'elaborazione dei dati utilizzando il software Stata. Gestione delle richieste di dati microeconomici per scopi di ricerca (Istat ed Eurostat), lettura e comunicazione dei dati a studenti e docenti. Supporto alla fase di ricerca e scarico dati in Datastream.

I lettori delle lingue straniere sono lezioni condotte dagli esperti madrelingua del Centro Linguistico d'Ateneo e si rivolgono a gruppi di studenti di livello omogeneo di competenza. I lettori durano tutto l'anno e accompagnano i corsi istituzionali di lingua straniera tenuti dai docenti.

Per la partecipazione al lettorato di Lingua inglese è obbligatorio sostenere il placement test e ottenere A2, come livello minimo. Gli studenti immatricolati al 1° anno del corso di laurea in Economia e marketing internazionale, che intendono frequentare il corso di lettorato della seconda lingua straniera (francese, spagnolo o tedesco), devono obbligatoriamente sostenere un placement test.

Il Dipartimento, in collaborazione con il Centro E-learning di Ateneo, è partito con il progetto pilota Sperimentazione di nuovi strumenti informatici nella didattica.

L'idea di coinvolgere i docenti in questo progetto nasce dal desiderio di sperimentare una nuova modalità di fare didattica, utilizzando strumenti informatici innovativi che oltre a migliorare l'inclusione di studenti con disabilità, possano favorire il processo

di apprendimento di tutti gli studenti. L'ausilio di strumenti informatici compensativi è fondamentale per facilitare il processo di apprendimento di studenti con Disturbi Specifici di Apprendimento.

Le nuove attrezzature informatiche, integrando le normali attrezzatura delle aule (pc, videoproiettori, microfoni), sono:

- piattaforma Adobe Connect che consente la video-audio registrazione delle lezioni che oltre alla audio-video registrazione delle lezioni permette la connessione in remoto.

- Display touch wacom e ipad che consentono la scrittura digitale e sostituiscono la classica lavagna.

Gli insegnamenti coinvolti nella sperimentazione sono circa venti per semestre.

QUADRO B6

Opinioni studenti

Le valutazioni degli studenti sulla qualità della didattica mostrano per l'AA 2013/14 un andamento migliore o stabile in relazione a tutti gli indicatori considerati. Sia per quanto concerne chiarezza e rigore nell'esposizione che grado di soddisfazione complessiva del corso, si osserva una crescita degli studenti esprimenti un giudizio decisamente positivo, mentre la percentuale degli studenti che si dichiara molto o abbastanza soddisfatto si attesa sopra l'80% per entrambi gli indicatori. Rispetto agli anni precedenti, si conferma un miglioramento dei risultati concernenti l'adeguatezza del materiale didattico offerto dai docenti, il rispetto degli orari e la reperibilità per chiarimenti e spiegazioni. Il piccolo divario che ancora sussiste rispetto ai risultati medi degli altri CdS del Dipartimento di Economia Marco Biagi appare negli anni in via di progressivo restringimento. 15/09/2015

Pdf inserito: [visualizza](#)

QUADRO B7

Opinioni dei laureati

La lettura dei dati AlmaLaurea sul grado di soddisfazione dei laureati fa emergere nel 2014, rispetto all'anno 2013 un buon incremento della percentuale di studenti molto soddisfatti (36,3%) o abbastanza soddisfatti, mentre si riduce la quota di chi esprime valutazioni non soddisfacenti (8,2%). Questo risultato si pone sulla scia di quello già migliorativo del 2013 rispetto ad un dato inferiore di soddisfazione registrato nel 2012. Il grado di soddisfazione nel rapporto coi docenti si mantiene stabile, intorno all'87%, ad un livello del tutto omogeneo con il grado di soddisfazione medio per gli altri CdS del DEMB. Molto interessante il miglioramento del dato relativo alla volontà di riiscrizione allo stesso Cds, superiore, nel 2014, al 78% dei laureati. Ulteriore miglioramento si osserva anche nella valutazione della sostenibilità dei carichi didattici. Come già segnalato nel 2013, continua invece a diminuire la percentuale di studenti che frequenta un numero di lezioni superiore al 75% delle ore totali. Questa riduzione nel tasso di frequenza alle lezioni è un dato da monitorare con attenzione in futuro, anche perchè si manifesta in forma superiore rispetto agli altri CdS triennali del DEMB e non è spiegato da un incremento della percentuale di studenti che dichiarano di avere svolto esperienze lavorative durante gli studi, che anzi appare in leggera flessione. Una più attenta analisi di questa tendenza dovrà essere fatta tenendo conto del possibile impatto sulla presenza in aula legato alla diffusione crescente, a partire dal 2013, di pratiche di videoregistrazione delle lezioni. Buoni complessivamente i dati AlmaLaurea riferiti alle condizioni di studio, rispetto ai quali si osserva però un 15,8% degli studenti che ritiene migliorabile l'organizzazione degli esami per più di metà degli insegnamenti e quasi un 30% che dichiara di avere ottenuto risultati agli esami inferiori alla effettiva preparazione percepita. L'evoluzione di queste ultime due percentuali, di poco superiori alla media DEMB, merita quindi di essere valutata con attenzione in futuro. 24/09/2015

Link inserito: <http://www.presidioqualita.unimore.it/site/home/area-riservata/dati/articolo56031477.html>

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Opinioni dei laureati



QUADRO C1

Dati di ingresso, di percorso e di uscita

Dati di ingresso: In linea con gli ultimi anni, il numero degli iscritti si mantiene molto alto, raggiungendo anche nel 2014/15 la ^{24/09/2015} massima numerosità consentita di studenti. In linea col resto del Dipartimento, aumenta, nel 2013/14, la quota di neoiscritti provenienti da fuori Emilia Romagna, che ora si attesta al 18,1% degli iscritti, percentuale superiore a quella osservata negli altri CdS triennali del Dipartimento. Pur con una lieve flessione su base annua si mantiene alta la capacità di attrazione dai licei, ancora superiore al 50% degli iscritti, un dato ancora sensibilmente superiore alla media di Dipartimento. Coerentemente alle tendenze già emerse in passato, si rafforza la capacità di attrarre studenti con voto medio di diploma più elevato (81,1, contro il 76,4 medio di dipartimento). L'elevata attrattività del CdS trova conferma nei dati iscrizione al test di ammissione ai CdS triennali per l'AA 2014/15.

Dati di percorso: Nell'AA 2013/14 si registra un leggero peggioramento nel dato sugli abbandoni che si porta al 13,1% degli iscritti al primo anno, contro il 10% dell'AA precedente. Tendono a ridimensionarsi, invece, le criticità osservate in passato in termini di velocità di attraversamento del CdS. Per la coorte 2013/14 il numero dei CFU medi conseguiti nel primo anno di corso è passato da 39,2 a 41,7, coerentemente al numero medio di esami superati nel primo anno di corso (che passa da 6,4 a 6,8).

l'accelerazione nel percorso di attraversamento si osserva anche guardando all'incremento dei CFU medi conseguiti dall'ultima coorte di studenti rispetto alle coorti precedenti, sia per il secondo che per il terzo anno di corso. Si ritiene che tale miglioramento sia connesso soprattutto alla minore percentuale di studenti che vengono bloccati nel loro percorso dalla difficoltà a superare alcuni insegnamenti tenuti nel primo anno di corso.

Dati di uscita: La percentuale di laureati in corso per la coorte 2011/12 sia attesta al 53,4% contro il 48,9% medio di Dipartimento. Il voto medio di laurea mostra una leggera flessione per la stessa coorte, in leggera flessione rispetto alle coorti precedenti, con un andamento del tutto omogeneo a quello osservato negli altri CdS del Dipartimento.

Link inserito: <http://www.presidioqualita.unimore.it/site/home/area-riservata/dati/articolo56031477.html>

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Dati di ingresso, di percorso e di uscita

QUADRO C2

Efficacia Esterna

In linea con quanto osservato nell'anno precedente, anche nel 2013 si osserva un miglioramento della condizione occupazionale dei laureati del CdS (dati AlmaLaurea) che raggiunge un tasso di occupazione del 56,8% contro il 52,1% dell'anno precedente. Si tratta di un tasso occupazionale migliore rispetto alla media di Dipartimento e alla classe (L-18, 17) nazionale. Per i laureati 2013 la percentuale di occupati ad un anno dalla laurea è pari al 48,3% (42,3 a livello di Dipartimento), mentre cala la quota dei laureati che cerca lavoro. Decide di continuare gli studi in una laurea magistrale poco più del 30% dei laureati CLEMI, dato inferiore alla media di Dipartimento e della classe nazionale. Dopo un dato decisamente negativo per i laureati 2012, diminuisce invece in modo sensibile la percentuale di laureati 2013 che dichiara di non utilizzare per niente le competenze acquisite con la laurea: dal 30,1 si passa al 14% dei laureati 2013, percentuale inferiore a quella complessiva di Dipartimento. Si osserva anche un deciso miglioramento della percentuale di laureati che dichiara di usare in misura elevata le competenze acquisite (da 14,5% per i laureati 2012 al 31,6% per i laureati 2013). Le forti oscillazioni su base annua di questo indicatore induce comunque a interpretare con grande prudenza queste variazioni. Analoghe tendenze si osservano guardando il dato relativo all'efficacia percepita della laurea rispetto al lavoro svolto. Si mantiene alto il dato relativo alla soddisfazione complessiva per il lavoro svolto (7,4 in una scala 1-10), allineato al dato medio di Dipartimento.

Link inserito: <http://www.presidioqualita.unimore.it/site/home/area-riservata/dati/articolo56031477.html>

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Efficacia Esterna

QUADRO C3

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

I risultati delle interviste alle imprese che hanno ospitato tirocinanti provenienti da Clemi continuano a mostrarsi positivi e a migliorare negli anni, in modo assolutamente omogeneo a quanto osservato per i tirocinanti provenienti dagli altri CdS del Dipartimento. Le valutazioni sono buone o ottime per tutti gli indicatori considerati. Si conferma quindi la bontà del lavoro svolto negli anni per migliorare l'efficacia dello strumento stage. In miglioramento anche le valutazioni relative alla durata del tirocinio e alla capacità degli studenti di mostrare un grado di autonomia più significativo nello svolgimento dei propri compiti in impresa, indicatori che in passato si attestavano su valori leggermente più bassi. 16/09/2015

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Opinioni imprese con accordi di stage

**QUADRO D1****Struttura organizzativa e responsabilità a livello di Ateneo**

05/05/2015

Link inserito: <http://www.presidioqualita.unimore.it/site/home/il-pqa/struttura-organizzativa-aq.html>**QUADRO D2****Organizzazione e responsabilità della AQ a livello del Corso di Studio**

09/02/2015

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Documento Responsabilit AQ e Processi di gestione

QUADRO D3**Programmazione dei lavori e scadenze di attuazione delle iniziative**

23/04/2015

Per il miglioramento della qualità del corso di studio si fissa la seguente sequenza di lavori, da svolgersi sotto la responsabilità del Referente del corso di studio:

- entro aprile 2015: fissazione del calendario incontri del Comitato di Indirizzo;
- maggio 2015: implementazione delle linee di intervento per migliorare la performance didattica del corpo docente;
- maggio 2015: progettazione di un'esperienza pilot di stage innovativi presso le imprese;
- entro maggio 2015: progettare e iniziare la rilevazione presso i laureati del CdS su sbocchi occupazionali e utilità delle competenze dei laureati;
- entro maggio 2015: progettazione e implementazione di un sistema di monitoraggio sulle schede di insegnamento;
- maggio 2015: attuazione dei primi interventi correttivi per il miglioramento del tasso di superamento degli esami di alcuni insegnamenti del primo e secondo anno di corso;
- entro maggio 2015: convocazione del Comitato di Indirizzo;
- entro maggio 2015: convocazione dell'Assemblea del CdS;
- entro maggio 2015: discussione con componenti studentesche per individuare modelli per migliorare la partecipazione studentesca ai processi di gestione del CdS;
- entro giugno 2015: definizione nuovi modelli di coinvolgimento del Comitato di Indirizzo;
- luglio 2015: termine del monitoraggio sulle condizioni di sostenibilità dell'offerta linguistica;
- entro settembre 2015: termine dell'attività di analisi preliminare alla rilevazione, da svolgere presso gli studenti attraverso questionario, sulla valutazione degli apprendimenti degli studenti in sede di prova d'esame;
- entro settembre 2015: analisi e interpretazione dei dati dell'indagine presso i laureati del CdS su sbocchi occupazionali e utilità delle competenze dei laureati;
- entro ottobre 2015: incontro del Referente AQ con Commissione Paritetica Docenti Studenti per discussione su riesame del corso di studio;
- entro ottobre 2015: prima implementazione di un nuovo modello di comunicazione agli studenti sulle attività svolte nell'ambito dei

processi di gestione della qualità del CdS;

- novembre 2015: incontro del gruppo AQ per fare il punto sull'efficacia degli interventi previsti in RAR e individuare ulteriori aree di miglioramento futuro;

- entro novembre 2015: incontro del Referente del corso con la Commissione Paritetica per illustrare gli interventi fatti sulla base del RAR e per discutere sulle possibili linee di azione futura;

- gennaio 2016: chiusura del riesame annuale e elaborazione del nuovo RAR.

QUADRO D4

Riesame annuale

19/04/2015

QUADRO D5

Progettazione del CdS

QUADRO D6

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



Allegato quadro A5: Tesi discusse a.a. 2013/2014

Seduta del 24 luglio 2014

<i>matr</i>	<i>relatore</i>	<i>titolo della relazione</i>
38121	Bertolini Paola	Relazione di stage presso Forocio in web marketing e relazioni con clienti
48192	Lalla Michele	Relazione di tirocinio svolto presso Acimac
48300	Nardin Giuseppe	Stage presso SSI Schaefer Systems Italia: una multinazionale tedesca nella realtà italiana
49164	Gualandri Elisabetta	Relazione di stage presso Cassa di Risparmio di Ravenna
49261	Della Bella Chiara	Corghi S.p.A, azienda leader nel gruppo Nexion
49505	Nardin Giuseppe	Relazione di stage presso "Angelo Po Grandi Cucine S.p.A."
55778	Fabbri Tommaso	Relazione di stage presso Mediline Italia Srl
56122	Russo Margherita	Progetto metalnet2014 "Ideare e produrre in Emilia: dall'innovazione al mercato" esperienza e relazione di stage
56239	Vignudelli Leopoldo	Relazione sullo stage svolto presso MAAD srl
63233	Parolini Cinzia	Lo sviluppo di grande distribuzione in Cina
63281	Aloisio Salvatore	Relazione di stage presso Apmi Confimi Impresa Modena
63350	Ribba Antonio	Relazione di stage presso Mediagroup98





63380	Brugnoli Carlo	Relazione finale di stage presso lo studio Bettalico di Troia & Associati
63572	Bursi Tiziano	Il settore dei grandi elettrodomestici: la strategia di internazionalizzazione di Angelo Po S.p.A.
63625	Zaffaroni Alberto	Relazione di stage presso Slanzi Oleodinamica Srl
63646	Marchi Gianluca	Sviluppo del sito internet Cose da Fare a Reggio Emilia e dintorni
63757	Scagliarini Simone	Relazione di stage presso Match Italia International s.r.l.
63804	Bordoni Stefano	Relazione di stage presso Klg Italia srl
63821	Bursi Tiziano	L'eccellenza italiana nel settore degli elettrodomestici: il caso Smeg
63841	Ribba Antonio	Relazione finale di stage presso lo studio di consulenza contabile, finanziaria e tributaria Montanari
63937	Nardin Giuseppe	Relazione di stage presso Vitaeco s.r.l.
64042	Bursi Tiziano	Relazione di stage presso Aspro Italy s.r.l.
64125	Vignudelli Leopoldo	Rlazione di stage presso Liu-Jo S.p.a.
64149	Solinas Giovanni	Relazione di stage presso S.A.L.A. SRL
64154	Murat Marina Giovanna	Relazione di stage presso Tecom s.r.l.
64271	Vignola Marina	Relazione di stage presso Colomer Italy spa
64307	Giovannetti Enrico	Relazione di stage presso Comercial Federico Montero S.L. La gestione commerciale e il processo di vendita





64438	Vignola Marina	Relazione di stage presso Midnight Call S.r.l.
64523	Ribba Antonio	Relazione di stage presso Palladium Moda S.r.l.
74107	Marchi Gianluca	Relazione di stage presso CNA unione comunicazione e terziario avanzato
88061	Martinelli Elisa	The chances of social marketing for commercial enterprises shown on the example of Dove

Seduta del 19 settembre 2014

<i>matr</i>	<i>relatore</i>	<i>titolo</i>
63274	Zaffaroni Alberto	Relazione di stage presso "Giorgio Armani Operations"
56410	Pilati Massimo	Relazione di stage presso Impresa Verde Modena s.r.l.
63598	Golzio Luigi Enrico	Relazione di stage presso General Noli Spa
63888	Bromwich William John	Relazione di stage presso Saer Elettropompe spa
63399	Fabbi Tommaso	Relazione di stage presso Ozono srl. Esperienza di stage presso Ozone srl
57836	Marchi Gianluca	Relazione di stage
63692	Zaffaroni Alberto	Relazione di stage presso agenzia di comunicazione Labirinto s.r.l.
63889	Martinelli Elisa	Relazione di stage presso Pemium Aerotec GmbH
48763	Brighi Luigi	Relazione di stage presso Generali Italia s.p.a.





63852	Scagliarini Simone	Relazione di stage presso Allianz s.p.a. Assicurazione
63092	Russo Margherita	Progetto Metalnet 2014 "Ideare e produrre in Emilia. Dall'innovazione al mercato" - Relazione di Stage presso l'Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia
63351	Giovannetti Enrico	Esperienza di stage presso agenzia Immobiliare Iannò
56051	Martinelli Elisa	Relazione di stage presso BBS s.p.a.
63569	Basenghi Francesco	Relazione di stage presso Usco spa
56683	Vignudelli Leopoldo	Bilancio d'esercizio delle s.p.a
63345	Golzio Luigi Enrico	Relazione di stage presso Speroni s.p.a.
63250	Bertocchi Graziella	Relazione di Stage presso CNA Servizio Estero Srl
63613	Bertolini Paola	Relazione di stage presso Spartoo.com
63586	Bursi Tiziano	Lancio di un nuovo prodotto : il caso Parmalat
64324	Caperchione Eugenio	Relazione sullo stage svolto presso Maxipallets S.r.l: Competere e crescere nel mercato degli imballaggi in legno: una strategia vincente
63374	Martinelli Elisa	Internship at Premium Aerotec GmbH: Experience in an international company leader in aerospace manufacturing.
63830	Russo Margherita	Relazione di stage presso Sala s.r.l.
64476	Vignudelli Leopoldo	Relazione di stage presso CNA Servizi di Castelvetro di Modena
56487	Rinaldi Alberto	Relazione di stage presso Labirinto s.r.l. agenzia di comunicazione design





63283	Ferrari Andrea	Tecfrigo s.p.a. breve studio di una delle imprese leader nel settore delle apparecchiature per la conservazione e l'esposizione degli alimenti
63610	Paba Sergio	Il settore ceramico visto dall'ambiente Ce.Dam.

Seduta del 24 ottobre 2014

<i>matr.</i>	<i>relatore</i>	<i>titolo elaborato</i>
54588	Morlini Isabella	Relazione sull'esperienza di stage presso la Christian Grande srl
56738	Pinardi Roberto	Relazione tirocinio presso Al.Ma s.r.l.
63815	Bordoni Stefano	Relazione di stage presso Oli s.p.a.
63758	Curzi Ylenia	Retailing: la medio-piccola distribuzione
63976	Zaffaroni Alberto	Relazione sull'esperienza di stage presso Giorgio Armani Operations
64287	Vignola Marina	Relazione di stage presso Generali Italia spa
64138	Ribba Antonio	I giovani e le cooperative nell'era del web marketing - esperienza di stage presso Soluzioni Futura soc. Coop.
63736	Vignola Marina	Relazione di stage presso Emak s.p.a.
63448	Lugli Ennio	Relazione di stage presso azienda agricola Menozzi Silvano
63854	Marchi Gianluca	Relazione di stage presso Eurosystem2000 srl





64482	Ferrari Andrea	Relazione di stage presso studio Michele Coriani dottore commercialista revisore contabile
63621	Baldini Massimo	Relazione di stage presso gruppo Alfacod s.r.l
64568	Bursi Tiziano	Il settore dell'arredamento per la wellness industry: la strategia del gruppo Maletti s.p.a. Relazione di stage
64455	Basenghi Francesco	Esperienza di stage presso Lux srl
63232	Mantovani Daniela	Relazione di stage presso Spottinstyle ltd. Lo sviluppo di una start-up a Londra.
64115	Nardin Giuseppe	Relazione di stage presso Saima Avandero s.p.a.
63720	Morlini Isabella	Relazione di stage presso Lodi srl
55501	Morlini Isabella	Relazione di stage su Games s.r.l
63952	Della Bella Chiara	Relazione di stage presso promotore di servizi finanziari
64344	Golzio Luigi Enrico	Relazione di stage presso Chloe cooperativa
63883	Luppi Barbara	Relazione di stage presso Comet s.p.a.
63160	Bertolini Paola	Relazione di stage presso Apmi Confimi Impresa Modena
55729	Bilancini Ennio	Il quoziente strategico e la teoria dei giochi





65377	Marchi Gianluca	Relazione di stage presso Sorin group
56085	Muzzioli Silvia	Relazione finale riguardo all'attività di stage svolta presso Energetica srl
55610	Zavani Mauro	Relazione di stage presso la Next Italia srl
63751	Martinelli Elisa	Relazione di stage presso C.L.M.
63809	Forni Mario	Relazione di stage presso G.A. Operations s.p.a.

Seduta del 12 dicembre 2014

<i>matr</i>	<i>relatore</i>	<i>titolo della relazione</i>
63367	Bursi Tiziano	Il Togo: profilo paese grado di attrattività e accessibilità
63557	Russo Margherita	Relazione di stage presso Argo Tractors S.p.A
64234	Bursi Tiziano	Relazione di stage presso Sintesi Fashion Group Spa
55692	Levi Alberto	Relazione di stage presso Veca S.p.A
64092	Giovannetti Enrico	Il visual merchandising nel fashion retail: verso la progettazione del punto vendita
63409	Basenghi Francesco	Relazione di stage presso l'ufficio sviluppo risorse umane di Coop Estense Soc. Coop.
64118	Giuntini Andrea	Tirocinio Curriculare presso Quellenhof srl
56721	Vignola Marina	Relazione di stage presso Banca popolare dell'Emilia Romagna





63808	Giovanetti Enrico	Alcar Uno, esperienza di stage
48411	Bisoni Cesare	Banco Popolare Società Cooperativa
64136	Bursi Tiziano	Relazione di stage presso EMAG Holding GmbH: strategia e politiche di distribuzione
48863	Bromwich William John	Il commercio di carni in Italia: un'esperienza di stage presso Tönnies Fleisch Italia S.r.L.
64387	Morlini Isabella	Relazione di stage presso Generali Italia spa
48677	Baldini Massimo	Relazione dell'esperienza lavorativa svolta presso Eria srl
55485	Alosio Salvatore	Relazione di stage presso l'ufficio commerciale del Consolato generale della Repubblica del Cile a Milano
56669	Murat Marina Giovanna	212 - Embassy S.r.l.
63622	Bromwich William John	Relazione di stage presso SSI Languages Ltd
63978	Murat Marina Giovanna	Relazione di stage presso Foodpartner S.r.l.
64139	Nardin Giuseppe	Relazione di stage presso I.R.I.S. Soc. Coop.
56545	Cosma Stefano	Il mondo della finanza agevolata
64079	Martinelli Elisa	Relazione di stage presso la Fondazione Organismo di Ricerca GTechnology
63934	Ribba Antonio	Le assicurazioni e il marketing: relazione di stage presso Italiana Assicurazioni Spa



Allegato quadro A1.a: Piano di studi e matrice relazioni tra risultati di apprendimento attesi e attività didattiche

primo anno (attivato nel 2015/16)	Settore	Tipologia attività formativa	CFU
Diritto pubblico	IUS/09	base	6
Economia aziendale	SECS-P/07	caratterizzante	12
Economia e gestione delle imprese	SECS-P/08	caratterizzante	6
Informatica (idoneità)		Ulteriori attività formative (art. 10, comma 5, lett. d)	3
Introduzione alla microeconomia	SECS-P/01	base	9
Lingua inglese (idoneità)	L-LIN/12	affine (gruppo A12) per prova finale e lingua straniera	6 (3) (3)
Matematica e matematica finanziaria	SECS-S/06	caratterizzante	12
Storia economica	SECS-P/12	base	6
totale crediti			60

secondo anno (attivato nel 2016/17)	Settore	Tipologia attività formativa	CFU
Diritto privato e commerciale	IUS/05 IUS/04	caratterizzante	12 (6) (6)
Economia degli intermediari finanziari (con elementi di finanza)	SECS-P/11	base	9
Introduzione alla macroeconomia	SECS-P/02	caratterizzante	9
Marketing	SECS-P/08	caratterizzante	9
Scienza delle finanze	SECS-P/03	caratterizzante	6
Seconda lingua (un esame fra i seguenti): <ul style="list-style-type: none"> • Lingua francese I • Lingua spagnola I • Lingua tedesca I 	L-LIN/04 L-LIN/07 L-LIN/14	affine (gruppo A12)	6
Statistica	SECS-S/01	base	9
totale crediti			60

terzo anno (attivato nel 2017/18)	Settore	Tipologia attività formativa	CFU
Economia e istituzioni dei distretti industriali	SECS-P/02	caratterizzante	6
Economia internazionale	SECS-P/02	caratterizzante	6
Lingua inglese II	L-LIN/12	affine (gruppo A12)	9
Marketing internazionale I	SECS-P/08	caratterizzante	6

Un esame a scelta fra i seguenti: <ul style="list-style-type: none"> • Marketing internazionale II • Organizzazione aziendale • Programmazione e controllo • Ricerca di marketing 	SECS-P/08 SECS-P/10 SECS-P/07 SECS-P/08	caratterizzante	6
Libera scelta			12
Stage		Ulteriori attività formative (art. 10, comma 5, lett. d)	12
Prova finale			3
totale crediti			60

Matrice delle relazioni tra risultati di apprendimento attesi indicati dal CdS e attività didattiche del Corso di Studio

Descrittore Dublin 1		Corso di Studio: EMI																										
[Conoscenza e comprensione]		Area	Economia Aziendale	Finanze e Gestione delle Imprese	Economia degli Intermediari Finanziari (contenuti di riferimento)	Marketing	Marketing Internazionale I	Marketing Internazionale II	Organizzazione Aziendale	Programmazione e controllo	Ricerca di Marketing	Introduzione alla Macroeconomia	Sociologia	Scienze Economiche	Introduzione alla Microeconomia	Scienze delle Finanze	Economie e Situazioni dei Diritti Industriali	Economia Internazionale	Matematica e Matematica Finanziaria	Statistica	Lingua Inglese (Bambino)	Lingua Francese I	Lingua Spagnola I	Lingua Tedesca I	Lingua Inglese II	Diritto Pubblico	Diritto Privato e Commerciale	
conoscenze di base di rilevazione contabile del bilancio e gestione strategica delle imprese		Aziendale	X	X																								
conoscenze di base di rilevazione contabile del bilancio e gestione strategica dei sistemi e degli intermediari finanziari		Aziendale			X					X																		
concetti essenziali di organizzazione		Aziendale	X	X					X																			
concetti essenziali del marketing		Aziendale		X		X																						
concetti essenziali della finanza		Aziendale			X																							
conoscenza specifica del marketing e della gestione commerciale		Aziendale				X																						
conoscenza specifica all'analisi dei mercati internazionali		Aziendale					X	X																				
conoscenze relative al comportamento consumatore, segmentazione del mercato, posizionamento, gestione leve operative marketing		Aziendale				X					X																	
elementi fondamentali comprensione funzionamento moderno economia di mercato		Economica										X	X	X	X	X	X	X										
conoscenze di base di area macroeconomica		Economica										X																
conoscenze di base di area macroeconomica		Economica												X														
conoscenze di base Scienze delle Finanze		Economica														X												
economia industriale con riferimento ai sistemi distrettuali di piccola impresa		Economica															X											
processi di internazionalizzazione ed innovazione delle economie e politiche industriali		Economica															X											
conoscenza delle determinanti del commercio internazionale		Economica																X										
conoscenze di base in algebra lineare, calcolo, matematica finanziaria		Statistico-matematica																	X									
conoscenze statistiche di base in statistica descrittiva e inferenziale		Statistico-matematica																			X							
conoscenza linguistica generale (livello B2)		Linguistica																									X	
conoscenza linguistica generale (livello B1)		Linguistica																						X				
conoscenza linguistica generale -> B1		Linguistica																				X						
conoscenza linguistica in ambito economico		Linguistica																				X		X		X		
conoscenze di base relative alla teoria generale del diritto, al sistema delle fonti ed alla struttura costituzionale dello Stato		Giuridica																									X	
conoscenze relative alle regole fondamentali che presidiano ai rapporti tra soggetti privati (diritti, obblighi e responsabilità degli operatori economici e sociali), alla disciplina giuridica dell'impresa, dei titoli di credito e delle società		Giuridica																										X

Matrice delle relazioni tra risultati di apprendimento attesi indicati dal CDS e attività didattiche del Corso di Studio

Corso di Studio: *EM*

Descrittore Dublin 2	Atta	Corso di Studio: <i>EM</i>																										
		Economia aziendale	Economia pubblica	Economia degli enti pubblici	Marketing	Marketing intermediali I	Marketing intermediali II	Organizzazione aziendale	Programmazione e controllo	Business di marketing	Introduzione alla microeconomia	Statistica	Introduzione alla macroeconomia	Scienze delle finanze	Scienze del credito (diplomazia)	Terminologia intermediale	Matematica economica (formale)	Statistica	Lingua inglese (base)	Lingua francese I	Lingua spagnola I	Lingua tedesca I	Lingua inglese II	Dotto pubblico	Dotto privato/commerciale	Stage aziendali	Relazione di Stage	
(Capacità di applicare conoscenza e comprensione)																												
applicare la metodologia contabile alla costruzione di un bilancio e operare valutazioni di coerenza economica	Economico-aziendale	X								X																		
realizzare i bilanci fondamentali di settore e mercati, valutare il layout in termini d'impresa e vantaggio competitivo	Economico-aziendale		X																								X	X
comprendere il funzionamento di base dei mercati finanziari e delle banche, riconoscere le modalità di utilizzo di servizi e prodotti bancari e dei principali strumenti finanziari	Economico-aziendale			X																								
elaborare un piano integrato di marketing	Economico-aziendale				X																						X	
utilizzare tecniche di implementazione delle strategie e delle politiche di marketing nei diversi contesti competitivi, in particolare nei diversi settori industriali	Economico-aziendale		X		X	X																						
effettuare analisi di mercato utili ad operare nell'ambito di organizzazioni ed enti che forniscono servizi alle imprese	Economico-aziendale		X		X			X		X																	X	
gestire un processo operativo su un piano strategico su un piano operativo/operativo	Economico-aziendale						X																					
organizzare, sviluppare e gestire una ricerca di marketing	Economico-aziendale									X																		X
risolvere problemi di ottimizzazione e di scelta dei soggetti economici, su casi strumenti interpretati, che con rappresentazioni grafiche	Economico										X	X																
ragionare in termini di bilancio di bilancio e costi opportunità	Economico																											
interpretare il senso e il ruolo dell'intervento pubblico in un contesto unico e mirato	Economico									X	X	X																
elaborare i dati necessari per studiare un caso problema economico	Economico													X													X	X
comprendere le tecniche di analisi dei sistemi di piccola impresa	Economico												X															
utilizzare strumenti interpretativi di natura grafica per realizzare le conseguenze che i grandi cambiamenti di livello di offerta e di domanda hanno sul consumo e sulla produzione intermediali	Economico										X	X		X	X												X	X
utilizzare il linguaggio simbolico matematico e statistico nello studio e nella formulazione dei problemi economici, finanziari ed aziendali	Statistico-economico																	X	X									
applicare gli strumenti matematici nell'analisi e nell'ottimizzazione dei processi economici, finanziari ed aziendali	Statistico-economico																	X										
individuare un adeguato modello statistico per la rappresentazione di dati e utilizzare le principali distribuzioni di probabilità	Statistico-economico																		X									
eseguire test statistici e stimare un modello di regressione lineare semplice	Statistico-economico																			X								
ragionare le capacità d'uso della lingua scritta e orale in contesti professionali	Linguistica																			X		X	X	X			X	X
realizzare testi brevi e composti in modo adeguato utilizzando un vocabolario tecnico e l'alfabetizzazione degli	Linguistica																					X						
leggere testi riguardanti argomenti generali e specialistici, comprendere il contenuto degli testi	Linguistica																						X				X	X
condurre una conversazione su tematiche generali e relative all'ambito professionale di lavoro	Linguistica																						X				X	X
comprendere la realtà istituzionale in cui si inserisce ogni attività economica ed interpersonale	Giuridica																								X	X		
operare, a livello elementare, tramite il linguaggio tecnico che contraddistingue l'agire giuridico	Giuridica																								X	X	X	X
utilizzare gli strumenti elementari che consentono di individuare il significato precettivo delle fonti del diritto ed il contenuto proprio degli accordi tra privati	Giuridica																								X			
elaborare un primo studio critico per la costruzione giuridica del fenomeno di impresa	Giuridica																									X	X	X

Matrice delle relazioni tra risultati di apprendimento attesi indicati dal CdS e attività didattiche del Corso di Studio				
Corso di Studio: <i>EM</i>				

[3 - Autonomia di giudizio] [4 - Abilità comunicative] [5 - Capacità di apprendimento]	Direzioni Dublin Impact	Economic aziendale	Sostenibilità globale dell'impresa	Sistemi degli strumenti finanziari e assicurativi	Marketing	Marketing internazionale I	Marketing internazionale II	Organizzazione aziendale	Organizzazione e controllo	Processo di marketing	Innovazione in microeconomia	Innovazione in macroeconomia	Sistemi delle finanze	Economie internazionali di bilancio (regolatori)	Economie internazionali (aziende)	Microeconomia internazionale	Statistica	Lingua inglese (obiettivi)	Lingua francese I	Lingua spagnola I	Lingua tedesca I	Lingua inglese II	Lingua spagnola II	Lingua tedesca II	Diritto pubblico	Diritto privato e commerciale	Stage aziendali	Iniziative di Stage	
																													3
autonomia di giudizio	3				X			X		X			X															X	X
valutare in autonomia processi e attività di marketing in contesti di mercato altamente dinamici e complessi	3				X	X	X			X																		X	X
valutare in autonomia le condizioni di sostenibilità dei mercati che dei Clienti internazionali, supportando il management aziendale nella formulazione e implementazione dei piani operativi	3			X		X																						X	
problematiche si presentano nella gestione delle PMI che vogliono crescere sui mercati internazionali	3			X																							X	X	
svolgimento di esercitazioni, seminari...	3							X												X									
Abilità comunicative e relazionali	4											X	X		X					X	X	X					X	X	
esprimere opinioni e ragionamenti, utilizzando opportunamente la letteratura specialistica, sia con i colleghi sia con esperti del mercato, nazionali e internazionali	4	X				X	X			X									X	X	X	X				X	X	X	
capacità di descrivere e comunicare in forma scritta fenomeni e situazioni aziendali (anche relativi ad aspetti giuridici)	4	X	X	X				X														X			X	X	X	X	
elaborare nell'ambito di una trattativa debitoria, i risultati di un'attività	4																								X	X			
capacità di relazione (relazione scritta) su argomenti di natura economico-giuridica, come esperti e non di fiducia in banche e studi legali	4	X						X													X	X	X			X	X	X	
esprimere le proprie opinioni e i propri giudizi in merito a situazioni aziendali (anche relativi ad aspetti giuridici)	4																												
efficienza lavoro di gruppo, la preparazione di relazioni scritte e la loro presentazione orale per i casi di situazione (teorica e pratica)	4							X	X																	X	X		
capacità di apprendimento necessario per affrontare ulteriori studi universitari e post universitari con un alto grado di autonomia	5	X		X				X											X						X			X	
capacità di verificare il proprio apprendimento in contesti pratici	5																									X	X		

Allegato quadro B1.b: Regole esami

Il Dipartimento di Economia “Marco Biagi”, così come previsto dal regolamento didattico dell’Ateneo di Modena e Reggio Emilia, prevede un’unica sessione di appelli che ha inizio con il 1° novembre e termina entro il 20 aprile dell’anno accademico successivo. L’esame non può essere sostenuto prima del termine del relativo corso di insegnamento.

All’interno della sessione sono previsti sei appelli, nel periodo di interruzione delle lezioni:

- due appelli a distanza minima di 14 giorni nell’intervallo tra il primo e il secondo semestre;
- tre appelli a distanza minima di 14 giorni tra giugno e luglio;
- un appello a settembre.

Tutti gli studenti possono **isciversi e cancellare la propria iscrizione ad un appello fino a 3 giorni prima della data fissata per l’esame** stesso. I risultati delle prove scritte debbono essere comunicati tempestivamente e comunque non oltre i 10 giorni, sia per gli esami che non prevedono la prova orale, sia per quelli che la prevedono. Deroghe sono consentite solo nei casi di numeri particolarmente elevati di studenti, dietro autorizzazione della Presidenza e comunque in tempo utile per iscriversi all’appello successivo.

Allo studente è data la possibilità di prendere visione della correzione dello scritto prima che scadano i termini per l’accettazione del voto.

Per gli esami che si svolgono in forma sia scritta che orale, la prova orale deve avere inizio entro il 10° giorno dallo svolgimento della prova scritta. Deroghe sono consentite alle stesse condizioni del punto precedente.

E’ opportuno che lo scritto abbia validità solo nell’appello in cui è stato sostenuto.

Regola per gli studenti dei corsi di laurea del nuovo ordinamento ex DM 270/04

Al fine di evitare che gli studenti si presentino agli esami impreparati e/o che si iscrivano a tutti gli appelli disponibili senza poi sostenerli, arrecando notevoli problemi organizzativi, il Consiglio di Dipartimento ha approvato la proposta di limitare il numero delle possibili iscrizioni agli stessi appelli nell’arco di un anno.

Gli studenti iscritti a corsi di laurea o di laurea magistrale di nuovo ordinamento (D.M.270/04), possono iscriversi al massimo **3 volte** allo stesso esame in un anno.

Nel conteggio si considerano tutte le volte che, essendo nell’elenco degli iscritti, lo studente risulta assente, ritirato, insufficiente o rifiuta il voto; viceversa NON si considerano le prove intermedie.

Regole per gli appelli delle materie non attivate

Per le materie non attivate gli studenti hanno a disposizione 6 appelli per le materie da 4 crediti (DM 509/99) e semestrali (ante DM 509/99), 6 appelli per le materie da 8 crediti (DM 509/99) e annuali (ante DM 509/99), tutti utilizzabili.

Allegato quadro B4: Infrastrutture - Aule

Dipartimento di Economia Marco Biagi

N°	Codice Aula	Descrizione	Nuova Denominazione	indirizzo	n. posti
1	MO-44-00-024	Aula 24	U0.3	Fondazione Marco Biagi - Largo M. Biagi 10 - MO	20
2	MO-44-00-025	Aula 25	U0.2	Fondazione Marco Biagi - Largo M. Biagi 10 - MO	35
3	MO-44-00-032	Aula 32	U0.4	Fondazione Marco Biagi - Largo M. Biagi 10 - MO	41
4	MO-44-00-001	Aula Magna	U0.1	Fondazione Marco Biagi - Largo M. Biagi 10 - MO	320
5	MO-07-01-042	Aula 2	C1.3	Viale Berengario 51 - MO	99
6	MO-07-02-063	Aula 3	C2.1	Viale Berengario 51 - MO	25
7	MO-07-01-028	Aula 4	C1.4	Viale Berengario 51 - MO	99
8	MO-07-02-053	Aula 5	C2.4	Viale Berengario 51 - MO	25
9	MO-07-01-041	Aula 7	C1.7	Viale Berengario 51 - MO	100
10	MO-07-02-057	Aula magna est	C2.3	Viale Berengario 51 - MO	130
11	MO-07-02-061	Aula magna ovest	C2.2	Viale Berengario 51 - MO	130
12	MO-07-01-087	Aula riunioni	C1.1	Viale Berengario 51 - MO	16
13	MO-07-01-086	Aula seminari	C1.2	Viale Berengario 51 - MO	34
14	MO-08-RI-001	Aula A	D0.1	Viale Fontanelli 11 - MO	50
15	MO-08-RI-008	Aula B	D0.2	Viale Fontanelli 11 - MO	25
16	MO-08-RI-015	Aula C	D0.3	Viale Fontanelli 11 - MO	150
17	MO-08-RI-016	Aula D	D0.4	Viale Fontanelli 11 - MO	80
18	MO-08-01-005	Aula G	D1.3	Viale Fontanelli 11 - MO	50
19	MO-08-01-019	Aula H	D1.4	Viale Fontanelli 11 - MO	50
20	MO-08-01-020	Aula I	D1.5	Viale Fontanelli 11 - MO	50
21	MO-08-02-007	Aula O	D2.3	Viale Fontanelli 11 - MO	28
22	MO-08-RI-017	Aula S	D0.5	Viale Fontanelli 11 - MO	20

NOTE:

Le aule, nella sede centrale di via Berengario 51, sono prevalentemente situate nel corpo centrale e nelle torrette ad esso adiacenti.

Nella sede distaccata di viale Fontanelli 11, le aule sono suddivise su tre piani.

Dall'a.a. 2008/09 il Dipartimento può anche utilizzare, in caso di necessità, alcune aule situate presso la Fondazione Marco Biagi (Largo Marco Biagi 10).

La lista delle aule del Dipartimento con le capienze è disponibile al link <http://www.economia.unimore.it/site/home/dipartimento/strutture-del-dipartimento.html>.

Allegato quadro B4: Infrastrutture - Laboratori e aule Informatiche

Dipartimento di Economia Marco Biagi

N°	Codice Aula	Descrizione	Nuova Denominazione	indirizzo	Descrizione	n. posti
1	MO-07-01-012	Lab Informatico 1	C1.6	Viale Berengario 51 - MO	Laboratorio Informatico	60
2	MO-07-01-008	Lab Informatico 2	C1.5	Viale Berengario 51 - MO	Laboratorio Informatico	24
3	MO-08-01-001	Aula E	D1.1	Viale Fontanelli 11 - MO	Laboratorio Informatico	15
4	MO-08-01-002	Aula F	D1.2	Viale Fontanelli 11 - MO	Laboratorio Linguistico	25
5	MO-08-02-001	Aula L	D2.1	Viale Fontanelli 11 - MO	Laboratorio Linguistico	25
6	MO-08-02-002	Aula M	D2.2	Viale Fontanelli 11 - MO	Laboratorio Linguistico	20
7	MO-08-02-003	Aula N	D2.3	Viale Fontanelli 11 - MO	Laboratorio Linguistico	35

NOTE:

I **laboratori linguistici**, 70 posti attrezzati per la comunicazione interattiva tra docente e studenti, sono uno strumento che integra l'attività didattica, per acquisire un'ottima conoscenza delle lingue straniere.

I **laboratori informatici** (90 PC) sono attrezzati per l'attività didattica, l'attività di ricerca degli studenti, la battitura tesi, per scansionare immagini o testi da importare nella tesi, per la navigazione in Internet. Ad ogni studente viene assegnato un indirizzo personale di posta elettronica. L'obiettivo è che tutti gli studenti abbiano una sicura padronanza degli strumenti informatici. Link file ateneo

Allegato quadro B4: Infrastrutture - Sale Studio

Dipartimento di Economia Marco Biagi

NOTE:

La sede distaccata di via Fontanelli 11 ha una sala studio a disposizione degli studenti negli orari di apertura della struttura. Un laboratorio informatico (20 postazioni) è a disposizione degli studenti per attività di studio e ricerca (utilizzo di internet, programmi specifici di elaborazioni dati..). Le aule quando non utilizzate per attività didattiche possono essere usate dagli studenti come sale studio.

Allegato quadro B4: Infrastrutture - Biblioteche

Dipartimento di Economia Marco Biagi

Biblioteca	N° posti	N° PC RC	N° PC BD	N° PC SA	Ore/S	N° mesi	N° volumi	N° AP	Periodici elettronici
Biblioteca di Economia Sebastiano Brusco	300	13	0	0	63	10,5	234.699	861	277

Sito Web	www.biblioteca.unimore.it
----------	--

NOTE:

La Biblioteca del Dipartimento, intitolata a Sebastiano Brusco, ha una dotazione di oltre 230.000 volumi e di oltre 4.000 testate di periodici cartacei, di cui 1.000 in abbonamento. È abbonata, inoltre, a 250 riviste elettroniche e a diverse banche dati. Dispone di una sala di lettura con 320 posti (con collegamenti wi-fi) e di 20 postazioni per la consultazione on-line di periodici elettronici e banche dati in rete di Ateneo.

Oltre ai servizi tradizionali di prestito e consultazione, la Biblioteca offre un servizio di prestito interbibliotecario nazionale e internazionale, di reperimento di documenti e di consulenza nella ricerca bibliografica. La biblioteca offre anche specifici servizi per l'utilizzo delle banche dati, degli strumenti software per la scrittura dei testi e per la gestione della bibliografia.

..... j " \ .

@

		2011/12		2012/13		2013/14	
		N	%	N	%	N	%
CdS	Ö&æ æ ^} çÁÙ!	ííí	HFEA	Jíí	HFEA	Féí F	HíÉA
	Ú&ÁÙ!&@ÁÙ	FI FG	í FÉ Á	FI H	í É Á	FI í É	I JÉ Á
	Ú&ÁÙ!&@ÁÙ!	Hí É	FHÉ Á	Hí J	FGÉ Á	Hí I	FGÉ Á
	Ö&æ æ ^} çÁÙ	Jí	HÉ A	Jí	HÉ A	íí	GÉ Á
Dipartimento L	Ö&æ æ ^} çÁÙ!	Gí É	Hí É A	HÉ H	Hí É A	HÉ F	Hí É A
	Ú&ÁÙ!&@ÁÙ	Hí í	í É Á	HJ J	í É Á	I É í	í í É Á
	Ú&ÁÙ!&@ÁÙ!	Jí G	FGÉ Á	Jí í	FFÉ Á	Jí É	FFÉ Á
	Ö&æ æ ^} çÁÙ	GÉ F	GÉ Á	GÉ H	GÉ Á	GÉ H	GÉ Á
Ateneo L	Ö&æ æ ^} çÁÙ!	GÉ íí	Hí É A	GÉ íí	Hí É A	Gí í H	Hí É A
	Ú&ÁÙ!&@ÁÙ	Gí Fí	í í É Á	Gí Fí J	í í É Á	Gí J Fí	í í É Á
	Ú&ÁÙ!&@ÁÙ!	íí íí	FGÉ Á	íí í G	FGÉ Á	í é í	FFÉ Á
	Ö&æ æ ^} çÁÙ	GÉ í	HÉ A	GÉ H	HÉ A	GÉ H	HÉ A

8

		2011/12		2012/13		2013/14	
		N	%	N	%	N	%
CdS	Ö&æ æ ^} çÁÙ!	FI ÉÉ	I FÉ A	Fí FJ	í í É A	Fí í H	í í É A
	Ú&ÁÙ!&@ÁÙ	FFí H	I GÉ Á	Fé í	Hí É Á	Fé í	Hí É Á
	Ú&ÁÙ!&@ÁÙ!	Fí í	í É Á	FG	í É Á	FFí	í É Á
	Ö&æ æ ^} çÁÙ	GG	É É Á	H	FÉ Á	Fí	É É Á
Dipartimento L	Ö&æ æ ^} çÁÙ!	I é í	I HÉ A	í í Fé	í í É A	íí íí	í í É A
	Ú&ÁÙ!&@ÁÙ	HÉ é	HJ É Á	Hé F	Hí É Á	Hé F	Hí É Á
	Ú&ÁÙ!&@ÁÙ!	I É G	í É Á	Hí í	í É Á	Hí F	í É Á
	Ö&æ æ ^} çÁÙ	í H	É É Á	íí	FÉ Á	íí	FÉ Á
Ateneo L	Ö&æ æ ^} çÁÙ!	Hé íí	I HÉ A	Hé G	I FÉ A	Hí í H	í í É A
	Ú&ÁÙ!&@ÁÙ	Gí Fí É	Hí É Á	Gí í H	Hí É Á	Gí é	Hí É Á
	Ú&ÁÙ!&@ÁÙ!	Hí í H	í É Á	HJ H	í É Á	Hí íí	í É Á
	Ö&æ æ ^} çÁÙ	Fé í	FÉ A	FHJ	GÉ A	FG É	GÉ A

j " \

@

		2011/12		2012/13		2013/14	
		N	%	N	%	N	%
CdS	Ö&æ æ ^} çÁU!	FGI	IIÉA	FIGE	IÉEA	FÍE	I FÉA
	Ú&ÁU!&@ÁU	FGG	IIÉA	FFI	I FÉA	FGH	I GÉA
	Ú&ÁU!&@ÁU!	FÍH	ÍÉÁ	FÍE	ÍÉÁ	FÍI	ÍÉÁ
	Ö&æ æ ^} çÁU	GJ	FÉA	IF	FÉA	GJ	FÉA
Dipartimento L	Ö&æ æ ^} çÁU!	HÍJ	IIÉA	IGF	IGÉA	IGÉ	I FÉA
	Ú&ÁU!&@ÁU	HG	IIÉA	HÍI	I FÉA	HÍJ	I FÉA
	Ú&ÁU!&@ÁU!	IÍI	ÍÉÁ	IÍE	ÍÉÁ	IÍI	ÍÉÁ
	Ö&æ æ ^} çÁU	IJ	FÉA	IH	FÉA	FFI	FÉA
Ateneo L	Ö&æ æ ^} çÁU!	GGE	IIÉA	GÍJG	IIÉA	HÍH	IÉEA
	Ú&ÁU!&@ÁU	G F H J	IIÉA	G G J G	I FÉA	G H E J	I FÉA
	Ú&ÁU!&@ÁU!	HÍH	ÍÉÁ	H G H	ÍÉÁ	H G H	ÍÉÁ
	Ö&æ æ ^} çÁU	JII	FÉA	FFI J	GÉA	FÉE	FÉA

@

		2011/12		2012/13		2013/14	
		N	%	N	%	N	%
CdS	Ö&æ æ ^} çÁU!	FEG	HIEA	FFGH	HUEA	FGH	IÉEA
	Ú&ÁU!&@ÁU	FFI	IGEA	FFI	I FEA	FFI	HUEA
	Ú&ÁU!&@ÁU!	I F I	FÍEA	I E	FÍEA	I FF	FHEA
	Ö&æ æ ^} çÁU	FHG	IÉA	FIF	ÍEA	FII	ÍEA
Dipartimento L	Ö&æ æ ^} çÁU!	HEEG	IÉEA	HFG	IGEA	HFH	I FEA
	Ú&ÁU!&@ÁU	HFIJ	IGEA	HII	IÉEA	HII	I FEA
	Ú&ÁU!&@ÁU!	FEGF	FHEA	FECE	FGCA	FÉI	FGEA
	Ö&æ æ ^} çÁU	HEE	IÉA	HHE	IÉA	HII	IÉA
Ateneo L	Ö&æ æ ^} çÁU!	GÍIF	I FEA	GÍFI	I FEA	G JIH	I HEA
	Ú&ÁU!&@ÁU	G F I G	IGEA	G I I G	I FEA	G E H	I FEA
	Ú&ÁU!&@ÁU!	I I F I	FFEA	I J I E	FFEA	I FG	FFEA
	Ö&æ æ ^} çÁU	GII	IÉA	GII	IÉA	GIF	IÉA

j " \ .

O

		2011/12		2012/13		2013/14	
		N	%	N	%	N	%
CdS	Ö^&æ æ ^} ¢ÁÚ!	FFI €	I GE A	FGEH	I GE A	FGÍ	I HEA
	Ú&Á!&@ÁU	FGH	IÍ EÁ	FHI	IÍ EÁ	FHÍ	IÍ EÁ
	Ú&ÁU&@ÁÚ!	GÍ	IÍ EÁ	GGJ	IÍ EÁ	GG	IÍ EÁ
	Ö^&æ æ ^} ¢ÁU	IG	GEA	II	HEA	II	FEA
Dipartimento L	Ö^&æ æ ^} ¢ÁÚ!	HFE€	I FGA	HHI	I FEA	HJF	I GE A
	Ú&Á!&@ÁU	HÍH	IÍ EÁ	HJG	IÍ EÁ	HÍF	IÍ EÁ
	Ú&ÁU&@ÁÚ!	IÍ	J EÁ	IÍ	IÍ EÁ	IÍ	IÍ EÁ
	Ö^&æ æ ^} ¢ÁU	FI €	GE A	FI	GEA	FJ	GE A
Ateneo L	Ö^&æ æ ^} ¢ÁÚ!	FI HÍ	HGEA	FJHEF	HGEA	FJG	HFEA
	Ú&Á!&@ÁU	G€€	IÍ EÁ	GÍI	IÍ EÁ	GIG	IÍ EÁ
	Ú&ÁU&@ÁÚ!	IÍ FF	FÍ EÁ	JÍI	FÍ EÁ	FEHÍ	FÍ EÁ
	Ö^&æ æ ^} ¢ÁU	HJF	IÍ EÁ	IÍI	IÍ EÁ	IÍF	IÍ EÁ

O

		2011/12		2012/13		2013/14	
		N	%	N	%	N	%
CdS	Ö^&æ æ ^} ¢ÁÚ!	IÍ	G EÁ	IÍ	HFE A	F€€€	H EÁ
	Ú&Á!&@ÁU	FHI	IÍ EÁ	FHI	IÍ EÁ	FHÍ	IÍ EÁ
	Ú&ÁU&@ÁÚ!	IG	FÍ EÁ	IÍ	FÍ EÁ	IÍ	FÍ EÁ
	Ö^&æ æ ^} ¢ÁU	FGG	IÍ EÁ	FI	IÍ EÁ	FI	IÍ EÁ
Dipartimento L	Ö^&æ æ ^} ¢ÁÚ!	GÍI	HGE A	GJE	H EGA	GFF	H EGA
	Ú&Á!&@ÁU	HÍG	IÍ EÁ	HÍI	IÍ EÁ	HÍI	IÍ EÁ
	Ú&ÁU&@ÁÚ!	FEÍ	FÍ EÁ	FE€	FHEA	FEÍ	FHEA
	Ö^&æ æ ^} ¢ÁU	GÍ	HE A	HH	I EGA	HI	I EGA
Ateneo L	Ö^&æ æ ^} ¢ÁÚ!	FJGH	H EGA	GEÍ	HGE A	GFÍ	H EGA
	Ú&Á!&@ÁU	GÍ€	IÍ EÁ	GJJE	IÍ EÁ	HEG H	IÍ EÁ
	Ú&ÁU&@ÁÚ!	IÍHG	FG EÁ	IÍH	FG EÁ	IÍI	FG EÁ
	Ö^&æ æ ^} ¢ÁU	GÍH	IÍ EÁ	GÍI	IÍ EÁ	GÍI	IÍ EÁ

GIUDIZIO SULL'ESPERIENZA UNIVERSITARIA

L/L2 ECONOMIA E MARKETING INTERNAZIONALE

Economia "Marco Biagi"

T 4.1 Soddisfazione Complessiva del CdS

Laureati:	2011		2012		2013		2014	
<i>Decisamente Sì</i>	70	30,7%	66	34,6%	49	35,5%	53	36,3%
<i>Più Sì che No</i>	143	62,7%	101	52,9%	75	54,3%	81	55,5%
<i>Più No che Sì</i>	14	6,1%	22	11,5%	13	9,4%	12	8,2%
<i>Decisamente No</i>	1	0,4%	2	1,0%	1	0,7%	0	0,0%
Totale	228		191		138		146	
Tasso di Risposta:	96,6%		96,0%		94,5%		93,6%	

T 4.2 Soddisfazione del rapporto con i Docenti

Laureati:	2011		2012		2013		2014	
<i>Decisamente Sì</i>	29	12,9%	29	15,3%	18	12,9%	17	11,7%
<i>Più Sì che No</i>	157	70,1%	133	70,4%	102	73,4%	109	75,2%
<i>Più No che Sì</i>	34	15,2%	24	12,7%	18	12,9%	19	13,1%
<i>Decisamente No</i>	4	1,8%	3	1,6%	1	0,7%	0	0,0%
Totale	224		189		139		145	
Tasso di Risposta:	94,9%		95,0%		95,2%		92,9%	

T 4.3 Carico Didattico degli insegnamenti sostenibile

Laureati:	2011		2012		2013		2014	
<i>Decisamente Sì</i>	42	18,5%	52	27,5%	37	26,8%	41	28,3%
<i>Più Sì che No</i>	156	68,7%	111	58,7%	89	64,5%	97	66,9%
<i>Più No che Sì</i>	25	11,0%	24	12,7%	12	8,7%	7	4,8%
<i>Decisamente No</i>	4	1,8%	2	1,1%	0	0,0%	0	0,0%
Totale	227		189		138		145	
Tasso di Risposta:	96,2%		95,0%		94,5%		92,9%	

T 4.4 Riscrizione all'Università

Laureati:	2011		2012		2013		2014	
<i>Stesso CdS dell'Ateneo</i>	163	71,8%	134	70,5%	104	75,4%	112	78,3%
<i>Altro CdS dell'Ateneo</i>	27	11,9%	22	11,6%	9	6,5%	15	10,5%
<i>Stesso CdS in altro Ateneo</i>	15	6,6%	13	6,8%	7	5,1%	5	3,5%
<i>Altro CdS in altro Ateneo</i>	18	7,9%	19	10,0%	17	12,3%	10	7,0%
<i>No iscrizione Università</i>	4	1,8%	2	1,1%	1	0,7%	1	0,7%
Totale	227		190		138		143	
Tasso di Risposta:	96,2%		95,5%		94,5%		91,7%	

CONDIZIONI DI STUDIO

L/L2 ECONOMIA E MARKETING INTERNAZIONALE

Economia "Marco Biagi"

T 4.5 Adeguatezza delle Aule

Laureati:	2011		2012		2013		2014	
<i>Sempre Adeguate</i>	69	30,3%	73	38,4%	58	41,7%	64	43,8%
<i>Spesso Adeguate</i>	133	58,3%	93	48,9%	69	49,6%	75	51,4%
<i>Raramente Adeguate</i>	24	10,5%	22	11,6%	12	8,6%	6	4,1%
<i>Mai Adeguate</i>	1	0,4%	2	1,1%	0	0,0%	0	0,0%
<i>Non Utilizzate</i>	1	0,4%	0	0,0%	0	0,0%	1	0,7%
Totale	228		190		139		146	
Tasso di Risposta:	96,6%		95,5%		95,2%		93,6%	

T 4.6 % Frequenza delle Lezioni

Laureati:	2011		2012		2013		2014	
<i>Più del 75%</i>	153	67,4%	127	67,2%	84	60,9%	77	52,7%
<i>tra il 75% e il 50%</i>	50	22,0%	50	26,5%	34	24,6%	39	26,7%
<i>tra il 50% e il 25%</i>	17	7,5%	8	4,2%	15	10,9%	19	13,0%
<i>Meno del 25%</i>	7	3,1%	4	2,1%	5	3,6%	11	7,5%
Totale	227		189		138		146	
Tasso di Risposta:	96,2%		95,0%		94,5%		93,6%	

T 4.7 Lavoro durante gli studi

Laureati:	2011		2012		2013		2014	
<i>Hanno svolto esperienze di lavoro durante gli studi</i>	194	85,1%	144	75,8%	109	79,0%	111	76,6%
- lavoratori-studenti	11	5,7%	10	6,9%	12	11,0%	8	7,2%
- altre esperienze di lavoro (continuità a tempo pieno)	11	5,7%	8	5,6%	7	6,4%	5	4,5%
- lavoro a tempo parziale	63	32,5%	49	34,0%	29	26,6%	30	27,0%
- lavoro occasionale, saltuario, stagionale	109	56,2%	77	53,5%	61	56,0%	68	61,3%
Lavoro coerente con gli studi:								
- Sì	33	17,0%	19	13,2%	25	22,9%	14	12,6%
- In parte	59	30,4%	34	23,6%	22	20,2%	29	26,1%
Totale / Tasso di Risposta:	228	96,6%	190	95,5%	138	94,5%	145	92,9%

CONDIZIONI DI STUDIO

L/L2 ECONOMIA E MARKETING INTERNAZIONALE

Economia "Marco Biagi"

T 4.8 Il Materiale Didattico (indicato o fornito) è risultato adeguato per la preparazione degli esami?

Laureati:	2011		2012		2013		2014	
<i>Sempre o quasi sempre</i>	99	43,8%	92	48,9%	ND		63	43,2%
<i>Per più 1/2 degli esami</i>	119	52,7%	89	47,3%	ND		80	54,8%
<i>Per meno 1/2 degli esami</i>	7	3,1%	6	3,2%	ND		3	2,1%
<i>Mai o quasi mai</i>	1	0,4%	1	0,5%	ND		0	0,0%
Totale / Tasso di Risposta:	226	95,8%	188	94,5%			146	93,6%

NB: per i laureati 2011 e 2012 le risposte previste dal questionario erano: Decisamente sì - Più sì che no - Più no che sì - Decisamente no

T 4.9 Complessivamente ritiene che l'organizzazione degli esami sia stata soddisfacente?

Laureati:	2011		2012		2013		2014	
<i>Sempre o quasi sempre</i>	ND		ND		ND		40	27,4%
<i>Per più 1/2 degli esami</i>	ND		ND		ND		83	56,8%
<i>Per meno 1/2 degli esami</i>	ND		ND		ND		22	15,1%
<i>Mai o quasi mai</i>	ND		ND		ND		1	0,7%
Totale / Tasso di Risposta:							146	93,6%

T 4.10 Complessivamente ritiene che il risultato degli esami abbia rispecchiato la sua effettiva preparazione?

Laureati:	2011		2012		2013		2014	
<i>Sempre o quasi sempre</i>	ND		ND		ND		27	18,6%
<i>Per più 1/2 degli esami</i>	ND		ND		ND		75	51,7%
<i>Per meno 1/2 degli esami</i>	ND		ND		ND		40	27,6%
<i>Mai o quasi mai</i>	ND		ND		ND		3	2,1%
Totale / Tasso di Risposta:							145	92,9%

T 4.11 Complessivamente ritiene che la supervisione della prova finale (tesi o altro) sia stata adeguata?

Laureati:	2011		2012		2013		2014	
<i>Decisamente Sì</i>	ND		ND		ND		54	37,5%
<i>Più sì che no</i>	ND		ND		ND		70	48,6%
<i>Più non che sì</i>	ND		ND		ND		16	11,1%
<i>Decisamente no</i>	ND		ND		ND		3	2,1%
<i>Non prevista</i>	ND		ND		ND		1	0,7%
Totale / Tasso di Risposta:							144	92,3%

STUDIO ALL'ESTERO E TIROCINI

L/L2 ECONOMIA E MARKETING INTERNAZIONALE

Economia "Marco Biagi"

T 4.12 Periodi di Studio all'estero

Laureati:	2011		2012		2013		2014	
Hanno svolto un periodo di studio all'estero	59	25,9%	55	28,8%	42	30,4%	34	23,3%
- con Erasmus o altro programma Europeo	48	81,4%	40	72,7%	33	78,6%	25	73,5%
- altra esperienza riconosciuta dal corso di studi	3	5,1%	4	7,3%	0	0,0%	1	2,9%
- iniziativa personale	8	13,6%	11	20,0%	9	21,4%	8	23,5%
Hanno preparato all'estero una parte significativa della tesi	11	18,6%	16	29,1%	7	16,7%	14	41,2%

T 4.13 Valuta positivamente il supporto fornito dall'Università per le attività di studio all'estero?

Laureati:	2011		2012		2013		2014	
Decisamente si	ND		ND		ND		11	35,5%
Più si che no	ND		ND		ND		15	48,4%
Più no che si	ND		ND		ND		5	16,1%
Decisamente no	ND		ND		ND		0	0,0%
Totale / Tasso di Risposta:							31	91,2%

T 4.14 Tirocini/Stage

Laureati:	2011		2012		2013		2014	
Hanno svolto tirocini/stage o lavoro riconosciuti dal CdS	26	12,8%	13	7,8%	130	94,9%	134	93,1%
- svolti presso l'università	7	26,9%	1	7,7%	1	0,8%	4	3,0%
- svolti al di fuori dell'università	0	0,0%	0	0,0%	113	86,9%	121	90,3%
- attività di lavoro riconosciute dal CdS	19	73,1%	12	92,3%	16	12,3%	9	6,7%
Totale / Tasso di Risposta:	203	86,0%	167	83,9%	137	93,8%	144	92,3%

T 4.15 Valuta positivamente il supporto fornito dall'Università per l'attività di tirocini e stage?

Laureati:	2011		2012		2013		2014	
Decisamente si	ND		ND		ND		57	42,5%
Più si che no	ND		ND		ND		54	40,3%
Più no che si	ND		ND		ND		16	11,9%
Decisamente no	ND		ND		ND		7	5,2%
Totale / Tasso di Risposta:							134	100,0%

T 1.1 - Iscritti al 1° anno di Corso

	2011/12	2012/13	2013/14
Immatricolati	221	193	229
<i>% Femmine</i>	53,4%	54,4%	60,7%
<i>% Maschi</i>	46,6%	45,6%	39,3%
<i>% su Iscritti 1° anno CdS</i>	96,5%	98,5%	98,7%
<i>% su Iscritti 1° anno del Dipartimento</i>	36,2%	33,5%	39,0%
<i>% su Iscritti 1° anno dell'Ateneo</i>	5,6%	4,8%	5,5%
Immatricolati stesso anno di Diploma	185	163	194
<i>% su Immatricolati Totali</i>	83,7%	84,5%	84,7%
Iscritti 1° anno di corso	229	196	232
<i>% Femmine</i>	53,3%	55,1%	60,3%
<i>% Maschi</i>	46,7%	44,9%	39,7%
<i>% su Iscritti 1° anno del Dipartimento</i>	36,4%	33,4%	38,8%
<i>% su Iscritti 1° anno dell'Ateneo</i>	5,5%	4,7%	5,3%
di cui stranieri	19	18	19
<i>% su Iscritti 1° anno CdS</i>	8,3%	9,2%	8,2%
<i>% su Iscritti 1° anno Stranieri del Dip.</i>	30,6%	33,3%	32,8%
<i>% su Iscritti 1° anno Stranieri dell'Ateneo</i>	6,2%	6,0%	5,8%
Iscritti 1° anno Ripetenti	5	4	4
<i>% su Iscritti Totali al 1° anno</i>	2,1%	2,0%	1,7%
Iscritti Totali al 1° anno di corso	234	200	236

T 1.2 - Iscritti al 1° anno Provenienze Geografica

	2011/12		2012/13		2013/14	
Residenti nelle provincie di MO e RE	173	75,5%	151	77,0%	173	74,6%
Residenti in altre Prov. della Regione	24	10,5%	26	13,3%	29	12,5%
Residenti in altre Regioni	26	11,4%	18	9,2%	26	11,2%
Residenti all'estero	6	2,6%	1	0,5%	4	1,7%
Non definito	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%

T 1.3 - Iscritti al 1° anno Provenienze Scolastica

	2011/12		2012/13		2013/14	
liceo Classico	11	4,8%	26	13,3%	13	5,6%
Liceo Scientifico	86	37,6%	63	32,1%	87	37,5%
Liceo Linguistico	22	9,6%	17	8,7%	22	9,5%
Istituti Magistrali	4	1,7%	2	1,0%	5	2,2%
Istituti Tecnici	89	38,9%	73	37,2%	90	38,8%
Istituti Professionali	7	3,1%	2	1,0%	2	0,9%
Altri Istituti	0	0,0%	1	0,5%	1	0,4%
Istituti Stranieri	10	4,4%	8	4,1%	10	4,3%
Non definito	0	0,0%	4	2,0%	2	0,9%

T 1.4 - Iscritti al 1° anno per Voto di Maturità

	2011/12		2012/13		2013/14	
Pari a 100	19	8,3%	15	7,7%	18	7,8%
Compreso tra 99 e 90	32	14,0%	22	11,2%	27	11,6%
Compreso tra 89 e 60	177	77,3%	158	80,6%	185	79,7%
Non Definito	1	0,4%	1	0,5%	2	0,9%
Voto Medio di Diploma	79,9		78,8		79,9	

T 2.1 Iscritti per anno di corso

	2010/11	2011/12	2012/13	2013/14	
1° anno di corso	Iscritti	202	229	196	232
	di cui Immatricolati	198	221	193	229
	Ripetenti	6	5	1	4
	Iscritti Totali	208	234	197	236
2° anno di corso	Iscritti	176	165	193	176
	Iscritti della coorte di riferimento CdS	172	157	181	166
	<i>% Passaggio al 2° anno iscritti della Coorte</i>		<i>79,3%</i>	<i>81,9%</i>	<i>86,0%</i>
	Ripetenti	0	0	0	0
	Iscritti Totali	176	165	193	176
3° anno di corso	Iscritti	0	168	155	187
	Iscritti della coorte di riferimento CdS	0	163	142	174
	<i>% Passaggio al 3° anno iscritti della Coorte</i>		<i>74,4%</i>	<i>71,7%</i>	<i>78,7%</i>
	Ripetenti	0	0	0	0
	Iscritti Totali	0	168	155	187
Iscritti Fuori Corso	0	0	66	96	
	<i>0,0%</i>	<i>0,0%</i>	<i>10,8%</i>	<i>13,8%</i>	
Iscritti Totali al CdS per a.a.	384	567	611	695	

T 2.2_a Dispersione iscritti alla Coorte di riferimento

	Coorte				% su Immatricolati alla Coorte		
		2010/11	2011/12	2012/13	2010/11	2011/12	2012/13
tra 1° e 2° anno	Abbandoni	26 63,4%	31 77,5%	20 74,1%	13,1%	14,0%	10,4%
	Passaggi ad altro CdS	6 14,6%	3 7,5%	3 11,1%	3,0%	1,4%	1,6%
	Trasferimenti in uscita	3 7,3%	4 10,0%	1 3,7%	1,5%	1,8%	0,5%
	Altro ...	6 14,6%	2 5,0%	3 11,1%	3,0%	0,9%	1,6%
Totale		41	40	27	20,7%	18,1%	14,0%

	Coorte						
		2010/11	2011/12	2012/13	2010/11	2011/12	2012/13
tra 2° e 3° anno	Abbandoni	11 73,3%	2 28,6%	ND	5,6%	0,9%	ND
	Passaggi ad altro CdS	3 20,0%	1 14,3%	ND	1,5%	0,5%	ND
	Trasferimenti in uscita	0 0,0%	0 0,0%	ND	0,0%	0,0%	ND
	Altro ...	1 6,7%	4 57,1%	ND	0,5%	1,8%	ND
Totale		15	7		7,6%	3,2%	

T 2.2_b Tasso di Abbandono per anno accademico (Totale iscritti all'anno di corso)

a.a.	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13
Abbandoni tra 1° e 2° anno	32	31	34	20
% su Iscritti 1° anno	14,2%	14,9%	14,5%	10,2%
Abbandoni tra 2° e 3° anno	0	8	13	6
% su Iscritti 2° anno	-	4,5%	7,9%	3,1%

T 2.3 CFU acquisiti dagli studenti del 1° anno iscritti al 2° anno della coorte di riferimento

Coorte Immatricolazione		2009/10		2010/11		2011/12		2012/13	
N° Studenti che hanno acquisito	0 CFU	0	0,0%	0	0,0%	1	0,6%	2	1,2%
	da 1 a 30 CFU	48	27,9%	55	35,0%	61	33,7%	50	30,1%
	da 31 a 60 CFU	124	72,1%	102	65,0%	119	65,7%	114	68,7%
	più di 60 CFU	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
		172		157		181		166	

CFU medi acquisiti	41,4	DS 16,0	39,1	DS 16,4	38,4	DS 14,0	39,2	DS 15,7
--------------------	------	---------	------	---------	------	---------	------	---------

T 2.4 CFU acquisiti dagli studenti del 2° anno iscritti al 3° anno della coorte di riferimento

Coorte Immatricolazione		2009/10		2010/11		2011/12		2012/13	
N° Studenti che hanno acquisito	0 CFU	0	0,0%	0	0,0%	1	0,6%		ND
	da 1 a 60 CFU	29	17,8%	32	22,5%	40	23,0%		ND
	da 61 a 90 CFU	49	30,1%	38	26,8%	58	33,3%		ND
	da 91 a 120 CFU	85	52,1%	72	50,7%	75	43,1%		ND
	più di 120 CFU	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%		ND
	163		142		174				

CFU medi acquisiti	87,1	DS 30,4	85,0	DS 28,1	83,2	DS 29,3
--------------------	------	---------	------	---------	------	---------

T 2.5 CFU acquisiti dagli studenti del 3° anno della coorte di riferimento

Coorte Immatricolazione		2009/10		2010/11		2011/12		2012/13	
N° Studenti che hanno superato	0 CFU	0	0,0%	0	0,0%				ND
	da 1 a 120 CFU	40	24,5%	40	28,2%				ND
	da 121 a 150 CFU	42	25,8%	39	27,5%				ND
	da 151 a 180 CFU	81	49,7%	63	44,4%				ND
	più di 180 CFU	0	0,0%	0	0,0%				ND
	163		142						

CFU medi acquisiti	139,3	DS 40,2	136,4	DS 35,3
--------------------	-------	---------	-------	---------

T 2.6 N° Esami Superati e Voto Medio dagli studenti del 1° anno iscritti al 2° anno della coorte di riferimento

Coorte Immatricolazione		2009/10			2010/11			2011/12			2012/13		
N° Studenti che hanno superato	0 Esami	0	0,0%	Voto Medio	0	0,0%	Voto Medio	0	0,0%	Voto Medio	1	0,6%	Voto Medio
	da 1 a 3 Esami	15	8,7%	22,4	9	5,7%	22,7	7	3,9%	23,4	16	9,6%	21,4
	da 4 a 6 Esami	55	32,0%	22,4	63	40,1%	22,5	69	38,1%	22,8	55	33,1%	22,6
	più di 6 Esami	102	59,3%	24,8	85	54,1%	24,1	105	58,0%	24,5	94	56,6%	23,8
		172			157			181			166		

N° Medio Esami Superati	6,7	DS	1,8	6,5	DS	1,9	6,7	DS	1,6	6,4	DS	2,0
Voto medio Esami Superati	23,9	DS	2,4	23,4	DS	2,2	23,8	DS	2,1	23,2	DS	2,5

T 2.7 N° Esami Superati e Voto Medio dagli studenti del 2° anno iscritti al 3° anno della coorte di riferimento

Coorte Immatricolazione		2009/10			2010/11			2011/12			2012/13		
N° Studenti che hanno superato	0 Esami	7	4,3%	Voto Medio	3	2,1%	Voto Medio	4	2,3%	Voto Medio	ND		
	da 1 a 3 Esami	21	12,9%	22,0	28	19,7%	22,1	39	22,4%	22,2	ND		
	da 4 a 6 Esami	85	52,1%	23,6	72	50,7%	23,2	71	40,8%	22,9	ND		
	più di 6 Esami	50	30,7%	25,5	39	27,5%	24,9	60	34,5%	24,7	ND		
		163			142			174					

N° Medio Esami Superati	5,2	DS	2,1	5,1	DS	2,0	5,1	DS	2,2			
Voto medio Esami Superati	24,0	DS	2,4	23,5	DS	2,5	23,4	DS	2,3			

T 2.8 N° Esami Superati e Voto Medio dagli studenti del 3° anno della coorte di riferimento

Coorte Immatricolazione		2009/10			2010/11			2011/12			2012/13		
N° Studenti che hanno superato	0 Esami	4	2,5%	Voto Medio	0	0,0%	Voto Medio	ND				ND	
	da 1 a 3 Esami	14	8,6%	24,2	11	7,7%	23,0	ND				ND	
	da 4 a 6 Esami	27	16,6%	24,6	21	14,8%	23,9	ND				ND	
	più di 6 Esami	118	72,4%	25,3	110	77,5%	25,0	ND				ND	
		163			142								

N° Medio Esami Superati	7,5	DS	2,9	7,8	DS	2,5						
Voto medio Esami Superati	25,1	DS	2,1	24,7	DS	2,4						

L/L2 ECONOMIA E MARKETING INTERNAZIONALE

Dipartimento di Economia "Marco Biagi"

T 3.1 - Laureati per Coorte di Riferimento

		2011	2012	2013	TOT	
2009/10 Coorte 2010/11	Distrib. < 100	---	---	33	52,4%	52,4%
	Voto da 100 a 105	---	---	17	27,0%	27,0%
	Laurea da 106 a 109	---	---	4	6,3%	6,3%
	110 Lode e 110	---	---	9	14,3%	14,3%
	Voto medio di laurea				99,6	
Tot Laureati coorte di riferimento		---	---	63		
di cui Laureati in corso		---	---	63	100,0%	
% Tot laureati su Isc. 3° anno a.a. 12/13					44,4%	

Coorte 2009/10	Distrib. < 100	---	34	42,5%	26	83,9%	54,1%
	Voto da 100 a 105	---	24	30,0%	4	12,9%	25,2%
	Laurea da 106 a 109	---	7	8,8%	1	3,2%	7,2%
	110 Lode e 110	---	15	18,8%	0	0,0%	13,5%
	Voto medio di laurea			100,7		92,3	
Tot Laureati coorte di riferimento		---	80		31		
di cui Laureati in corso		---	80	100,0%	15	48,4%	
% Tot laureati su Isc. 3° anno a.a. 11/12					49,1%	68,1%	di cui in corso 58,3%

Coorte 2008/09	Distrib. < 100	63	56,3%	60	90,9%	28	100,0%	73,3%
	Voto da 100 a 105	25	22,3%	3	4,5%	0	0,0%	13,6%
	Laurea da 106 a 109	14	12,5%	2	3,0%	0	0,0%	7,8%
	110 Lode e 110	10	8,9%	1	1,5%	0	0,0%	5,3%
	Voto medio di laurea	99,3		91,0		85,7		94,8
Tot Laureati coorte di riferimento		112		66		28		
di cui Laureati in corso		112	100,0%	34	51,5%	0	0,0%	
% Tot laureati su Isc. 3° anno a.a. 10/11		43,8%		69,5%		80,5%		di cui in corso 57,0%

		2010 (1)	2011 (2)	2012 (3)	TOT			
Coorte 2007/08	Distrib. < 100	43	48,3%	65	97,0%	25	100,0%	73,5%
	Voto da 100 a 105	25	28,1%	1	1,5%	0	0,0%	14,4%
	Laurea da 106 a 109	15	16,9%	1	1,5%	0	0,0%	8,8%
	110 Lode e 110	6	6,7%	0	0,0%	0	0,0%	3,3%
	Voto medio di laurea	98,6		89,2		85,8		93,3
Tot Laureati coorte di riferimento		89		67		25		
di cui Laureati in corso		89	100,0%	26	38,8%	0	0,0%	
% Tot laureati su Isc. 3° anno a.a. 09/10		37,1%		65,0%		75,4%		di cui in corso 47,9%

ECONOMIA E MARKETING INTERNAZIONALE

Dipartimento di Economia "Marco Biagi"

T 3.2 - Laureati Totali per Anno solare

L	2010	2011	2012	2013
TOTALE Laureati per anno solare	0	0	81	98
di cui Laureati in corso	0	0	81	82
tempo medio di laurea	0,0	0,0	3,0	3,2
Voto medio di laurea	0,0	0,0	100,9	97,1

L2	2010	2011	2012	2013
TOTALE Laureati per anno solare	177	236	119	48
di cui Laureati in corso	109	141	37	0
tempo medio di laurea	3,6	3,7	4,4	5,5
Voto medio di laurea	93,1	93,0	88,2	84,8

TOTALE Laureati per anno solare	177	236	200	146
di cui Laureati in corso	109	141	118	82

NB: L = CdS in 270/04 - L2 = CdS in 509/99

Dati Dipartimento

(L)

Dipartimento di Economia "Marco Biagi"

L/L2

T 1.1 - Iscritti al 1° anno di Corso

	2011/12		2012/13		2013/14	
Immatricolati	610	97,0%	576	98,1%	587	98,2% (*)
Immatricolati stesso anno di Diploma	516	84,6%	475	82,5%	488	83,1%
Isritti 1° anno di corso (% Femmine)	629	45,8%	587	44,8%	598	47,2%
di cui stranieri	62	9,9%	54	9,2%	58	9,7%
Isritti 1° anno ripetenti	17	2,6%	5	0,8%	17	2,8% (**)
Isritti Totali al 1° anno di corso	646		592		615	

(*) % Immatricolati su Isritti 1° anno - (**) % ripetenti su Isritti Totali 1° anno

T 1.2 - Iscritti al 1° anno Provenienze Geografica

	2011/12		2012/13		2013/14	
Residenti nelle provincie di MO e RE	492	78,2%	489	83,3%	491	82,1%
Residenti in altre Prov. della Regione	47	7,5%	48	8,2%	46	7,7%
Residenti in altre Regioni	73	11,6%	45	7,7%	55	9,2%
Residenti all'estero	17	2,7%	5	0,9%	6	1,0%
Non definito	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%

T 1.3 - Iscritti al 1° anno Provenienze Scolastica

	2011/12		2012/13		2013/14	
liceo Classico	40	6,4%	54	9,2%	33	5,5%
Liceo Scientifico	219	34,8%	200	34,1%	193	32,3%
Liceo Linguistico	37	5,9%	24	4,1%	32	5,4%
Istituti Magistrali	13	2,1%	15	2,6%	16	2,7%
Istituti Tecnici	267	42,4%	246	41,9%	277	46,3%
Istituti Professionali	15	2,4%	14	2,4%	20	3,3%
Altri Istituti	1	0,2%	2	0,3%	1	0,2%
Istituti Stranieri	34	5,4%	23	3,9%	23	3,8%
Non definito	3	0,5%	9	1,5%	3	0,5%

T 1.4 - Iscritti al 1° anno per Voto di Maturità

	2011/12		2012/13		2013/14	
Pari a 100	40	6,4%	35	6,0%	38	6,4%
Compreso tra 99 e 90	68	10,8%	56	9,5%	57	9,5%
Compreso tra 89 e 60	519	82,5%	495	84,3%	497	83,1%
Non Definito	2	0,3%	1	0,2%	6	1,0%
Voto Medio di Diploma	75,4		77,0		76,4	

Dipartimento di Economia "Marco Biagi"

L/L2

T 2.1 Iscritti per anno di corso

		2010/11	2011/12	2012/13	2013/14
1° anno di corso	Iscritti	542	629	587	598
	di cui Immatricolati	528	610	576	587
	Ripetenti	15	17	2	17
	Iscritti Totali	557	646	589	615
2° anno di corso	Iscritti	483	460	540	485
	Iscritti della coorte di riferimento CdS	456	422	492	457
	<i>% Passaggio al 2° anno iscritti della Coorte</i>		79,9%	80,7%	79,3%
	Ripetenti	0	0	0	0
	Iscritti Totali	483	460	540	485
3° anno di corso	Iscritti	595	453	421	512
	Iscritti della coorte di riferimento CdS	528	425	378	462
	<i>% Passaggio al 3° anno iscritti della Coorte</i>			71,6%	75,7%
	Ripetenti	0	0	0	0
	Iscritti Totali	595	453	421	512
Iscritti Fuori Corso		570	528	480	422
		25,9%	25,3%	23,6%	20,7%
Iscritti Totali al CdS per a.a.		2.205	2.087	2.030	2.034

Dipartimento di Economia "Marco Biagi"

L/L2

T 2.2_a Dispersione iscritti alla Coorte di riferimento

	Coorte				% su Immatricolati alla Coorte		
		2010/11	2011/12	2012/13	2010/11	2011/12	2012/13
tra 1° e 2° anno	Abbandoni	74 69,8%	92 78,0%	90 75,6%	14,0%	15,1%	15,6%
	Passaggi ad altro CdS	12 11,3%	12 10,2%	10 8,4%	2,3%	2,0%	1,7%
	Trasferimenti in uscita	5 4,7%	8 6,8%	3 2,5%	0,9%	1,3%	0,5%
	Altro ...	15 14,2%	6 5,1%	16 13,4%	2,8%	1,0%	2,8%
	Totale	106	118	119	20,1%	19,3%	20,7%
tra 2° e 3° anno	Abbandoni	32 72,7%	5 16,7%	ND	6,1%	0,8%	ND
	Passaggi ad altro CdS	5 11,4%	6 20,0%	ND	0,9%	1,0%	ND
	Trasferimenti in uscita	3 6,8%	1 3,3%	ND	0,6%	0,2%	ND
	Altro ...	4 9,1%	18 60,0%	ND	0,8%	3,0%	ND
	Totale	44	30		8,3%	4,9%	

T 2.2_b Tasso di Abbandono per anno accademico (Totale iscritti all'anno di corso)

a.a.	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13
Abbandoni tra 1° e 2° anno	87	83	105	92
% su Iscritti 1° anno	14,6%	14,9%	16,3%	15,6%
Abbandoni tra 2° e 3° anno	29	30	38	27
% su Iscritti 2° anno	4,7%	6,2%	8,3%	5,0%

Dipartimento di Economia "Marco Biagi"

L/L2

T 2.3 CFU acquisiti dagli studenti del 1° anno iscritti al 2° anno della coorte di riferimento

Coorte Immatricolazione	2009/10		2010/11		2011/12		2012/13		
N° Studenti che hanno acquisito	0 CFU	3	0,7%	5	1,2%	7	1,4%	6	1,3%
	da 1 a 30 CFU	157	34,4%	142	33,6%	153	31,1%	117	25,6%
	da 31 a 60 CFU	295	64,7%	275	65,2%	331	67,3%	334	73,1%
	più di 60 CFU	1	0,2%	0	0,0%	1	0,2%	0	0,0%
		456		422		492		457	
CFU medi acquisiti		39,3	DS 17,5	38,7	DS 16,5	39,9	DS 16,0	41,0	DS 16,4

T 2.4 CFU acquisiti dagli studenti del 2° anno iscritti al 3° anno della coorte di riferimento

Coorte Immatricolazione	2009/10		2010/11		2011/12		2012/13	
N° Studenti che hanno acquisito	0 CFU	1	0,2%	1	0,3%	5	1,1%	ND
	da 1 a 60 CFU	108	25,4%	93	24,6%	94	20,3%	ND
	da 61 a 90 CFU	110	25,9%	100	26,5%	119	25,8%	ND
	da 91 a 120 CFU	194	45,6%	175	46,3%	174	37,7%	ND
	più di 120 CFU	12	2,8%	9	2,4%	70	15,2%	ND
	425		378		462			
CFU medi acquisiti		82,8	DS 33,2	83,5	DS 30,8	87,1	DS 32,0	

T 2.5 CFU acquisiti dagli studenti del 3° anno della coorte di riferimento

Coorte Immatricolazione	2009/10		2010/11		2011/12		2012/13	
N° Studenti che hanno superato	0 CFU	1	0,2%	1	0,3%	ND	ND	ND
	da 1 a 120 CFU	131	30,8%	121	32,0%	ND	ND	ND
	da 121 a 150 CFU	90	21,2%	74	19,6%	ND	ND	ND
	da 151 a 180 CFU	203	47,8%	182	48,1%	ND	ND	ND
	più di 180 CFU	3	0,0%	0	0,0%	ND	ND	ND
	425		378					
CFU medi acquisiti		131,4	DS 47,4	133,6	DS 42,3			

Dipartimento di Economia "Marco Biagi"

L/L2

T 2.6 N° Esami Superati e Voto Medio dagli studenti del 1° anno iscritti al 2° anno della coorte di riferimento

Coorte Immatricolazione	2009/10			2010/11			2011/12			2012/13			
N° Studenti che hanno superato	0 Esami	0	0,0%	Voto Medio	0	0,0%	Voto Medio	2	0,4%	Voto Medio	1	0,2%	Voto Medio
	da 1 a 3 Esami	51	11,2%	21,5	36	8,5%	21,9	35	7,1%	21,7	45	9,8%	21,2
	da 4 a 6 Esami	161	35,3%	22,6	157	37,2%	22,4	160	32,5%	22,5	144	31,5%	22,7
	più di 6 Esami	244	53,5%	24,8	229	54,3%	24,4	295	60,0%	24,6	267	58,4%	24,6
		456			422			492			457		

N° Medio Esami Superati	6,4	DS	2,0	6,4	DS	1,9	6,7	DS	1,9	6,5	DS	2,0
Voto medio Esami Superati	23,7	DS	2,5	23,5	DS	2,5	23,7	DS	2,4	23,7	DS	2,7

T 2.7 N° Esami Superati e Voto Medio dagli studenti del 2° anno iscritti al 3° anno della coorte di riferimento

Coorte Immatricolazione	2009/10			2010/11			2011/12			2012/13		
N° Studenti che hanno superato	0 Esami	24	5,6%	Voto Medio	12	3,2%	Voto Medio	20	4,3%	Voto Medio		ND
	da 1 a 3 Esami	73	17,2%	21,8	86	22,8%	22,7	75	16,2%	21,9		ND
	da 4 a 6 Esami	180	42,4%	23,2	147	38,9%	23,2	156	33,8%	22,8		ND
	più di 6 Esami	148	34,8%	25,3	133	35,2%	25,3	211	45,7%	24,7		ND
		425			378			462				

N° Medio Esami Superati	5,1	DS	2,3	5,2	DS	2,2	5,6	DS	2,4			
Voto medio Esami Superati	23,7	DS	2,5	23,9	DS	2,6	23,6	DS	2,5			

T 2.8 N° Esami Superati e Voto Medio dagli studenti del 3° anno della coorte di riferimento

Coorte Immatricolazione	2009/10			2010/11			2011/12			2012/13		
N° Studenti che hanno superato	0 Esami	29	6,8%	Voto Medio	11	2,9%	Voto Medio					ND
	da 1 a 3 Esami	42	9,9%	23,0	33	8,7%	23,1					ND
	da 4 a 6 Esami	63	14,8%	23,6	57	15,1%	23,9					ND
	più di 6 Esami	291	68,5%	24,6	277	73,3%	24,8					ND
		425			378							

N° Medio Esami Superati	7,0	DS	3,2	7,7	DS	3,1						
Voto medio Esami Superati	24,3	DS	2,3	24,5	DS	2,4						

Dipartimento di Economia "Marco Biagi"

L/L2

T 3.1 - Laureati per Coorte di Riferimento

		2011	2012	2013	TOT	
Coorte 2010/11	Distrib. Voto Laurea					
	< 100	---	---	71	45,8%	45,8%
	da 100 a 105	---	---	41	26,5%	26,5%
	da 106 a 109	---	---	14	9,0%	9,0%
	110 Lode e 110	---	---	29	18,7%	18,7%
Voto medio di laurea				100,1		
Tot Laureati coorte di riferimento		---	---	155		
di cui Laureati in corso		---	---	155	100,0%	
% Tot laureati su Isc. 3° anno a.a. 12/13					41,0%	

Coorte 2009/10	Distrib. Voto Laurea						
	< 100	---	89	49,2%	73	89,0%	61,6%
	da 100 a 105	---	42	23,2%	8	9,8%	19,0%
	da 106 a 109	---	18	9,9%	1	1,2%	7,2%
	110 Lode e 110	---	32	17,7%	0	0,0%	12,2%
Voto medio di laurea			99,9		91,1		97,2
Tot Laureati coorte di riferimento		---	181		82		
di cui Laureati in corso		---	181	100,0%	34	41,5%	
% Tot laureati su Isc. 3° anno a.a. 11/12				42,6%		61,9%	
						di cui in corso	50,6%

Coorte 2008/09	Distrib. Voto Laurea							
	< 100	138	55,9%	120	90,9%	46	97,9%	71,4%
	da 100 a 105	58	23,5%	7	5,3%	1	2,1%	15,5%
	da 106 a 109	28	11,3%	3	2,3%	0	0,0%	7,3%
	110 Lode e 110	23	9,3%	2	1,5%	0	0,0%	5,9%
Voto medio di laurea		98,6		90,7		85,7		94,7
Laureati per anno solare		247		132		47		
di cui Laureati in corso		247	100,0%	69	52,3%	0	0,0%	
% Tot laureati su Isc. 3° anno a.a. 10/11				46,8%		71,8%		80,7%
						di cui in corso	59,8%	

T 3.2 - Laureati Totali per Anno solare

	2011	2012	2013			
TOTALE Laureati per anno solare	500	441	358			
di cui Laureati in corso	317	63,4%	265	60,1%	208	58,1%
tempo medio di laurea	3,7	3,8	3,9			
Voto medio di laurea	93,0	93,1	93,5			

Dati Ateneo

(L)

Dati Ateneo UNIMORE

L/L2

T 1.1 - Iscritti al 1° anno di Corso

	2011/12		2012/13		2013/14	
Immatricolati	3.974	95,8%	4.032	95,8%	4.181	96,0% (*)
Immatricolati stesso anno di Diploma	2.733	68,8%	2.781	69,0%	2.877	68,8%
Iscritti 1° anno di corso (% Femmine)	4.150	50,8%	4.208	51,0%	4.353	51,6%
di cui stranieri	306	7,4%	300	7,1%	326	7,5%
Iscritti 1° anno ripetenti	181	4,2%	112	2,6%	130	2,9% (**)
Iscritti Totali al 1° anno di corso	4331		4320		4483	

(*) % Immatricolati su Iscritti 1° anno - (**) % ripetenti su Iscritti Totali 1° anno

T 1.2 - Iscritti al 1° anno Provenienze Geografica

	2011/12		2012/13		2013/14	
Residenti nelle provincie di MO e RE	3.056	73,6%	3.129	74,4%	3.288	75,5%
Residenti in altre Prov. della Regione	296	7,1%	293	7,0%	353	8,1%
Residenti in altre Regioni	708	17,1%	709	16,8%	641	14,7%
Residenti all'estero	78	1,9%	50	1,2%	46	1,1%
Non definito	12	0,3%	27	0,6%	25	0,6%

T 1.3 - Iscritti al 1° anno Provenienze Scolastica

	2011/12		2012/13		2013/14	
liceo Classico	262	6,3%	324	7,7%	269	6,2%
Liceo Scientifico	1.426	34,4%	1.475	35,1%	1.385	31,8%
Liceo Linguistico	236	5,7%	222	5,3%	251	5,8%
Istituti Magistrali	310	7,5%	306	7,3%	360	8,3%
Istituti Tecnici	1.396	33,6%	1.373	32,6%	1.584	36,4%
Istituti Professionali	270	6,5%	226	5,4%	241	5,5%
Altri Istituti	63	1,5%	76	1,8%	74	1,7%
Istituti Stranieri	161	3,9%	157	3,7%	138	3,2%
Non definito	14	0,3%	22	0,5%	27	0,6%

T 1.4 - Iscritti al 1° anno per Voto di Maturità

	2011/12		2012/13		2013/14	
Pari a 100	285	6,9%	229	5,4%	259	5,9%
Compreso tra 99 e 90	444	10,7%	492	11,7%	482	11,1%
Compreso tra 89 e 60	3.323	80,1%	3.377	80,3%	3.495	80,3%
Non Definito	98	2,4%	110	2,6%	117	2,7%
Voto Medio di Diploma	75,4		75,7		75,5	

Dati Ateneo UNIMORE

L/L2

T 2.1 Iscritti per anno di corso

	2010/11	2011/12	2012/13	2013/14	
1° anno di corso	Iscritti	4000	4148	4204	4353
	di cui Immatricolati	3713	3974	4032	4181
	Ripetenti	105	183	113	130
	Iscritti Totali	4105	4331	4317	4483
2° anno di corso	Iscritti	3011	2894	3053	3087
	Iscritti della coorte di riferimento CdS	2620	2493	2652	2740
	<i>% Passaggio al 2° anno iscritti della Coorte</i>		67,1%	66,7%	68,0%
	Ripetenti	21	15	11	30
	Iscritti Totali	3032	2909	3064	3117
3° anno di corso	Iscritti	2521	2646	2552	2731
	Iscritti della coorte di riferimento CdS	2093	2226	2102	2271
	<i>% Passaggio al 3° anno iscritti della Coorte</i>			56,6%	57,1%
	Ripetenti	0	4	4	1
	Iscritti Totali	2521	2650	2556	2732
Iscritti Fuori Corso	2736	2531	2460	2389	
	22,1%	20,4%	19,8%	18,8%	
Iscritti Totali al CdS per a.a.	12394	12421	12398	12721	

Dati Ateneo UNIMORE

L/L2

T 2.2_a Dispersione iscritti alla Coorte di riferimento

	Coorte	2010/11	2011/12	2012/13	% su Immatricolati alla Coorte		
					2010/11	2011/12	2012/13
tra 1° e 2° anno	Abbandoni	896 73,4%	1.041 78,7%	1.020 78,9%	24,1%	26,2%	25,3%
	Passaggi ad altro CdS	97 8,0%	89 6,7%	80 6,2%	2,6%	2,2%	2,0%
	Trasferimenti in uscita	53 4,3%	47 3,6%	35 2,7%	1,4%	1,2%	0,9%
	Altro ...	174 14,3%	145 11,0%	157 12,2%	4,7%	3,6%	3,9%
Totale		1.220	1.322	1.292	32,9%	33,3%	32,0%

	Coorte	2010/11	2011/12	2012/13	2010/11	2011/12	2012/13
	Passaggi ad altro CdS	22 5,6%	15 3,9%	ND	0,6%	0,4%	ND
	Trasferimenti in uscita	135 34,5%	130 34,1%	ND	3,6%	3,3%	ND
	Altro ...	43 11,0%	157 41,2%	ND	1,2%	4,0%	ND
Totale		391	381		10,5%	9,6%	

T 2.2_b Tasso di Abbandono per anno accademico (Totale iscritti all'anno di corso)

a.a.	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13
Abbandoni tra 1° e 2° anno	1.030	987	1.134	1.101
% su Iscritti 1° anno	24,1%	24,0%	26,2%	25,5%
Abbandoni tra 2° e 3° anno	217	264	251	224
% su Iscritti 2° anno	7,6%	8,7%	8,6%	7,3%

Dati Ateneo UNIMORE

L/L2

T 2.3 CFU acquisiti dagli studenti del 1° anno iscritti al 2° anno della coorte di riferimento

Coorte Immatricolazione	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13	
N° Studenti che hanno acquisito	0 CFU	80 3,0%	54 2,2%	69 2,6%	77 2,8%
	da 1 a 30 CFU	607 23,1%	581 23,3%	616 23,2%	639 23,3%
	da 31 a 60 CFU	1690 64,2%	1637 65,7%	1937 73,1%	1858 67,8%
	più di 60 CFU	256 9,7%	219 8,8%	29 1,1%	166 6,1%
		2633	2491	2651	2740

CFU medi acquisiti	42,9 DS 18,9	42,7 DS 17,7	40,9 DS 16,5	40,7 DS 17,4
--------------------	--------------	--------------	--------------	--------------

T 2.4 CFU acquisiti dagli studenti del 2° anno iscritti al 3° anno della coorte di riferimento

Coorte Immatricolazione	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13	
N° Studenti che hanno acquisito	0 CFU	23 1,0%	13 0,6%	21 0,9%	ND
	da 1 a 60 CFU	485 21,8%	407 19,3%	415 18,3%	ND
	da 61 a 90 CFU	485 21,8%	510 24,2%	543 23,9%	ND
	da 91 a 120 CFU	919 41,3%	954 45,3%	1065 46,9%	ND
	più di 120 CFU	315 14,1%	220 10,5%	227 10,0%	ND
	2227	2104	2271		

CFU medi acquisiti	88,0 DS 33,9	88,5 DS 31,5	88,6 DS 30,6
--------------------	--------------	--------------	--------------

T 2.5 CFU acquisiti dagli studenti del 3° anno della coorte di riferimento

Coorte Immatricolazione	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13	
N° Studenti che hanno superato	0 CFU	22 1,0%	12 0,6%	ND	ND
	da 1 a 120 CFU	659 29,6%	620 29,5%	ND	ND
	da 121 a 150 CFU	347 15,6%	349 16,6%	ND	ND
	da 151 a 180 CFU	708 31,9%	678 32,3%	ND	ND
	più di 180 CFU	80 22,0%	442 21,0%	ND	ND
	2227	2101			

CFU medi acquisiti	136,1 DS 50,6	138,2 DS 47,7
--------------------	---------------	---------------

Dati Ateneo UNIMORE

L/L2

T 2.6 N° Esami Superati e Voto Medio dagli studenti del 1° anno iscritti al 2° anno della coorte di riferimento

Coorte Immatricolazione		2009/10			2010/11			2011/12			2012/13		
N° Studenti che hanno superato	0 Esami	32	1,2%	Voto Medio	27	1,1%	Voto Medio	47	1,8%	Voto Medio	26	0,9%	Voto Medio
	da 1 a 3 Esami	360	13,7%	22,9	332	13,3%	22,2	358	13,5%	22,7	417	15,2%	22,6
	da 4 a 6 Esami	1035	39,5%	23,7	1036	41,6%	23,9	1198	45,2%	24,1	1148	41,9%	24,2
	più di 6 Esami	1193	45,5%	25,2	1098	44,0%	25,2	1048	39,5%	24,8	1149	41,9%	24,8
		2620			2493			2651			2740		
N° Medio Esami Superati		6,1	DS	2,5	6,1	DS	2,5	5,9	DS	2,3	6,1	DS	2,6
Voto medio Esami Superati		24,3	DS	2,6	24,3	DS	2,7	24,2	DS	2,7	24,3	DS	2,6

T 2.7 N° Esami Superati e Voto Medio dagli studenti del 2° anno iscritti al 3° anno della coorte di riferimento

Coorte Immatricolazione		2009/10			2010/11			2011/12			2012/13		
N° Studenti che hanno superato	0 Esami	98	4,4%	Voto Medio	83	4,0%	Voto Medio	79	3,5%	Voto Medio		ND	
	da 1 a 3 Esami	414	18,6%	23,3	331	15,8%	23,5	322	14,2%	22,8		ND	
	da 4 a 6 Esami	774	34,8%	24,6	764	36,4%	24,7	802	35,3%	24,5		ND	
	più di 6 Esami	940	42,2%	26,0	923	43,9%	26,1	1068	47,0%	25,5		ND	
		2226			2101			2271					
N° Medio Esami Superati		5,7	DS	2,8	5,7	DS	2,6	5,9	DS	2,5			
Voto medio Esami Superati		25,0	DS	2,7	25,1	DS	2,6	24,7	DS	2,7			

T 2.8 N° Esami Superati e Voto Medio dagli studenti del 3° anno della coorte di riferimento

Coorte Immatricolazione		2009/10			2010/11			2011/12			2012/13		
N° Studenti che hanno superato	0 Esami	182	8,2%	Voto Medio	131	6,2%	Voto Medio		ND			ND	
	da 1 a 3 Esami	259	11,6%		225	10,7%	24,1		ND			ND	
	da 4 a 6 Esami	490	22,0%	25,5	470	22,4%	25,3		ND			ND	
	più di 6 Esami	1295	58,2%	25,8	1275	60,7%	25,9		ND			ND	
		2226			2101								
N° Medio Esami Superati		6,6	DS	3,5	7,0	DS	3,4						
Voto medio Esami Superati		25,6	DS	2,5	25,6	DS	2,5						

Dati Ateneo UNIMORE

L/L2

T 3.1 - Laureati per Coorte di Riferimento

		2011	2012	2013	TOT	
Coorte 2010/11	Distrib. Voto Laurea < 100	---	---	196	28,4%	28,4%
	da 100 a 105	---	---	187	27,1%	27,1%
	da 106 a 109	---	---	116	16,8%	16,8%
	110 Lode e 110	---	---	190	27,6%	27,6%
	Voto medio di laurea			102,9		
Tot Laureati coorte di riferimento		---	---	689		
di cui Laureati in corso		---	---	689	100,0%	
% Tot laureati su Isc. 3° anno a.a. 12/13					32,8%	

Coorte 2009/10	Distrib. Voto Laurea < 100	---	265	35,2%	462	67,5%	50,6%
	da 100 a 105	---	194	25,8%	130	19,0%	22,5%
	da 106 a 109	---	115	15,3%	55	8,0%	11,8%
	110 Lode e 110	---	179	23,8%	37	5,4%	15,0%
	Voto medio di laurea		102,1		96,2		99,3
Tot Laureati coorte di riferimento		---	753		684		
di cui Laureati in corso		---	753	100,0%	434	63,5%	
% Tot laureati su Isc. 3° anno a.a. 11/12				33,8%		64,6%	53,3%

Coorte 2008/09	Distrib. Voto Laurea < 100	282	36,0%	403	69,6%	168	83,6%	54,5%
	da 100 a 105	221	28,2%	113	19,5%	20	10,0%	22,6%
	da 106 a 109	123	15,7%	30	5,2%	9	4,5%	10,4%
	110 Lode e 110	158	20,2%	33	5,7%	4	2,0%	12,5%
	Voto medio di laurea	101,7		95,7		92,1		98,3
Laureati per anno solare		784		579		201		
di cui Laureati in corso		784	100,0%	354	61,1%	12	6,0%	
% Tot laureati su Isc. 3° anno a.a. 10/11			37,5%		65,1%		74,7%	54,9%

T 3.2 - Laureati Totali per Anno solare

	2011	2012	2013
TOTALE Laureati per anno solare	2.094	1.961	2.039
di cui Laureati in corso	1.285	1.251	1.286
tempo medio di laurea	3,9	3,9	3,9
Voto medio di laurea	97,2	97,6	97,7

T 5.1 Tasso di risposta al questionario

Laureati:	2010	2011	2012	2013
Laureati	177	236	199	145
Intervistati	158	198	169	118
	89,3%	83,9%	84,9%	81,4%

T 5.2 Stato Occupazionale a 1 anno dalla Laurea

Laureati:	2010		2011		2012		2013	
Lavora	65	41,1%	89	44,9%	83	49,1%	57	48,3%
<i>di cui Iscritti a LS/LM</i>	22	13,9%	30	15,2%	32	18,9%	23	19,5%
Cerva Lavoro	33	20,9%	47	23,7%	31	18,3%	21	17,8%
Non cerca, ma è impegnato in un CdS/praticantato	56	35,4%	57	28,8%	50	29,6%	37	31,4%
Non Cerca Lavoro	4	2,5%	5	2,5%	5	3,0%	3	2,5%

T 5.3 Tasso di Occupazione / Disoccupazione (Definizione ISTAT - Forza Lavoro)

Laureati:	2010		2011		2012		2013	
Tasso di occupazione	71	44,9%	100	50,5%	88	52,1%	67	56,8%
Tasso di disoccupazione	21	22,8%	25	20,0%	18	17,0%	12	15,2%

Tasso Occupazione ISTAT: Occupati* / Intervistati (* sono considerati occupati anche quelli che svolgono attività di formazione retribuita)

Tasso Disoccupazione ISTAT: Disoccupati* / Forza Lavoro (* sono considerati disoccupati quelli che hanno dichiarato di essere alla ricerca di un lavoro - ** è considerata Forza Lavoro Occupati+Disoccupati)

T 5.4 Lavoro attuale = Lavoro prima della laurea

Laureati:	2010		2011		2012		2013	
Prosegue lavoro iniziato prima della laurea	24	36,9%	33	37,1%	31	37,3%	21	36,8%
Non prosegue lavoro iniziato prima della laurea	12	18,5%	20	22,5%	16	19,3%	9	15,8%
Ha iniziato a lavorare dopo la laurea	29	44,6%	36	40,4%	36	43,4%	27	47,4%

T 5.5 Settore lavoro

Laureati:	2010		2011		2012		2013	
Agricoltura	1	1,5%	0	0,0%	1	1,2%	0	0,0%
Metalmeccanica/Meccanica	4	6,2%	6	6,7%	6	7,2%	8	14,0%
Edilizia	3	4,6%	0	0,0%	3	3,6%	2	3,5%
Chimica/Energia	1	1,5%	1	1,1%	2	2,4%	3	5,3%
Altra Ind. Manifatturiera	11	16,9%	11	12,4%	10	12,0%	8	14,0%
Commercio	20	30,8%	24	27,0%	26	31,3%	15	26,3%
Credito/Assicurazioni	3	4,6%	8	9,0%	5	6,0%	8	14,0%
Pubblicità/Comunicazioni	5	7,7%	7	7,9%	11	13,3%	3	5,3%
Consulenza varie	2	3,1%	8	9,0%	2	2,4%	1	1,8%
Informatica	1	1,5%	3	3,4%	2	2,4%	0	0,0%
Altri servizi alle imprese	5	7,7%	2	2,2%	3	3,6%	1	1,8%
Pubblica Amministrazione	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Istruzione e ricerca	2	3,1%	3	3,4%	3	3,6%	1	1,8%
Sanità	2	3,1%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Altri servizi	5	7,7%	15	16,9%	7	8,4%	6	10,5%
Non Risposto	0	0,0%	1	1,1%	2	2,4%	1	1,8%

T 5.6 Utilizzo delle competenze acquisite con la laurea

Laureati:	2010		2011		2012		2013	
In misura elevata	13	20,0%	25	28,1%	12	14,5%	18	31,6%
In misura ridotta	34	52,3%	39	43,8%	46	55,4%	31	54,4%
Per niente	18	27,7%	25	28,1%	25	30,1%	8	14,0%

Guadagno Medio

846,9

899,6

858,1

847,8

T 5.7 Efficacia della laurea nel lavoro svolto

Laureati:	2010		2011		2012		2013	
Molto efficace/Efficace	14	21,5%	27	30,7%	14	17,3%	20	35,7%
Abbastanza efficace	28	43,1%	32	36,4%	42	51,9%	24	42,9%
Poco/Per nulla efficace	23	35,4%	29	33,0%	25	30,9%	12	21,4%

Soddisfazione per il lavoro svolto (medie, scala 1-10)

6,7

7,1

7,1

7,4

Elaborazione dei dati relativi ai questionari delle aziende con accordi di stage

Al termine di ciascun tirocinio curricolare e post-laurea attivato per studenti del corso di laurea in Economia e Marketing Internazionale, è stato chiesto all'azienda ospitante di compilare un questionario di soddisfazione relativo all'esperienza in corso.

I dati raccolti dai questionari sono divisi per anno solare: in questa elaborazione sono raccolti i dati dei questionari relativi agli stage attivati per singolo anno solare nel 2013 e nel 2014.

Numero di questionari per tipologia di stage:

Studente (stage curricolare) o Laureato (tirocinio post-laurea)

	2013		2014	
<i>Studente</i>	308	87,0%	407	87,7%
<i>Laureato</i>	31	8,8%	24	5,2%
<i>vuote (non risposto)</i>	15	4,2%	33	7,1%
<i>Totale</i>	354	100,0%	464	100,0%

Numero di questionari per tipologia di corso:

Corso frequentato nel caso degli studenti; corso nel quale si è conseguito il titolo per i laureati

	2013		2014	
<i>Economia Aziendale (L)</i>	127	35,9%	135	29,1%
<i>Economia e Marketing Internazionale (L)</i>	112	31,6%	139	30,0%
<i>Economia e Finanza (L)</i>	36	10,2%	74	15,9%
<i>Management Internazionale (LM)</i>	13	3,7%	13	2,8%
<i>Direzione e Consulenza d'Impresa (LM)</i>	16	4,5%	30	6,5%
<i>Relazioni di Lavoro (LM)</i>	3	0,8%	2	0,4%
<i>Economia e Politiche Pubbliche (LM)</i>	4	1,1%	2	0,4%
<i>Analisi, Consulenza e Gestione Finanziaria (LM)</i>	7	2,0%	5	1,1%
<i>altri corsi (v.o./master)</i>	3	0,8%	16	3,4%
<i>vuote (non risposte)</i>	33	9,3%	48	10,3%
<i>Totale</i>	354	100,0%	464	100,0%

Questionari Azienda 2013, 2014 - Analisi dei Dati

Il questionario prevede una serie di domande cui è possibile rispondere scegliendo un giudizio all'interno di una scala formata da 5 possibili risposte:

Molto Insufficiente - Insufficiente - Sufficiente - Buono - Ottimo

Per l'analisi delle risposte è stato attribuito un valore crescente da 1 (corrispondente a Molto Insufficiente) a 5 (corrispondente a Ottimo)

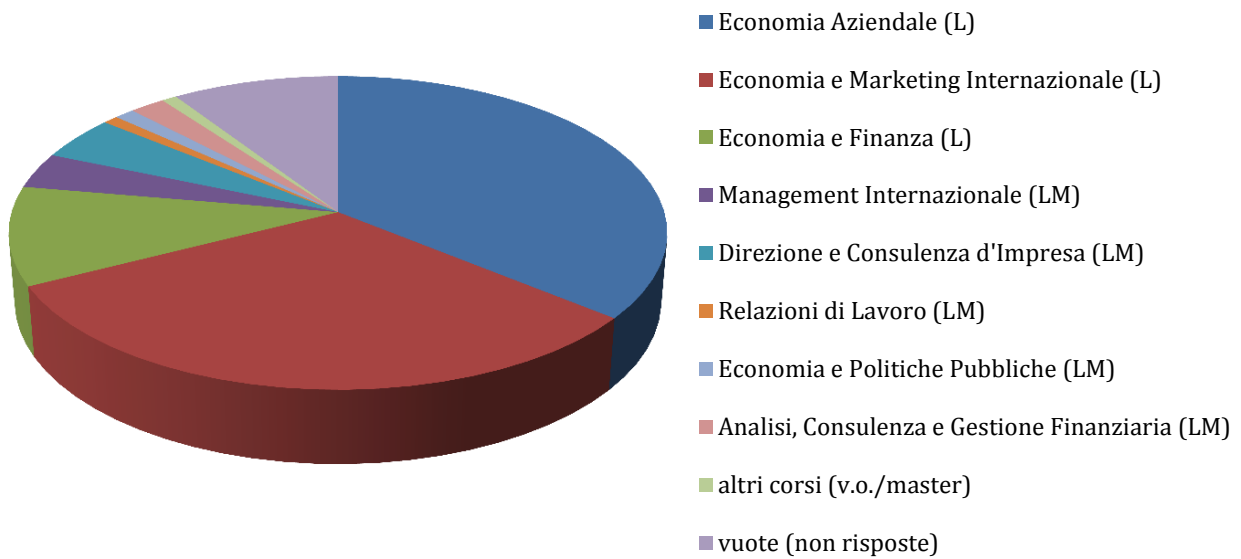
Media dei giudizi per singole risposta:

Dato aggregato per tutti i corsi di studio

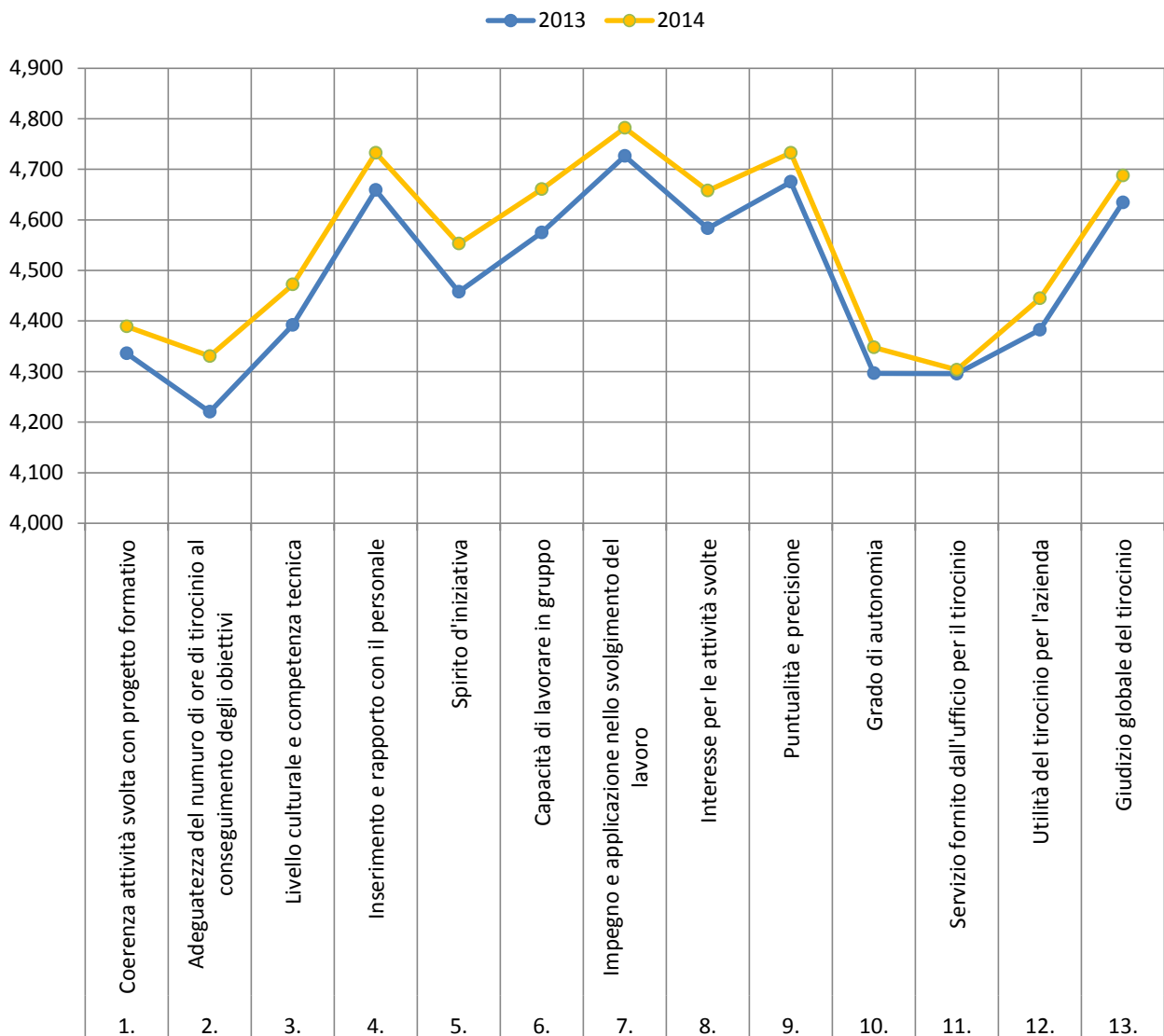
	2013		2014	
1. Coerenza attività svolta con progetto formativo	4,336		4,389	
2. Adeguatezza del numero di ore di tirocinio al conseguimento degli obiettivi	4,220		4,330	
3. Livello culturale e competenza tecnica	4,392		4,472	
4. Inserimento e rapporto con il personale	4,659		4,733	
5. Spirito d'iniziativa	4,457		4,553	
6. Capacità di lavorare in gruppo	4,575		4,661	
7. Impegno e applicazione nello svolgimento del lavoro	4,726		4,782	
8. Interesse per le attività svolte	4,584		4,658	
9. Puntualità e precisione	4,675		4,733	
10. Grado di autonomia	4,297		4,348	
11. Servizio fornito dall'ufficio per il tirocinio	4,296		4,304	
12. Utilità del tirocinio per l'azienda	4,382		4,445	
13. Giudizio globale del tirocinio	4,635		4,688	
14. L'azienda/ente intende proporre qualche forma di inserimento lavorativo?	2013		2014	
SI	96	27,1%	115	24,8%
NO	237	66,9%	321	69,2%
vuote (non risposte)	21	5,9%	28	6,0%
15. Se sì, secondo quali modalità?	2013		2014	
Tempo indeterminato	10	2,8%	12	2,6%
Tempo determinato	28	7,9%	29	6,3%
Apprendistato/praticantato	33	9,3%	39	8,4%
Collaborazione a progetto	15	4,2%	28	6,0%
Tirocinio/stage	1	0,3%	3	0,6%

(percentuale calcolata sul totale dei questionari)

Questionari raccolti per tipologia di corso di studio



Questionario Tutor Aziendale: media delle risposte



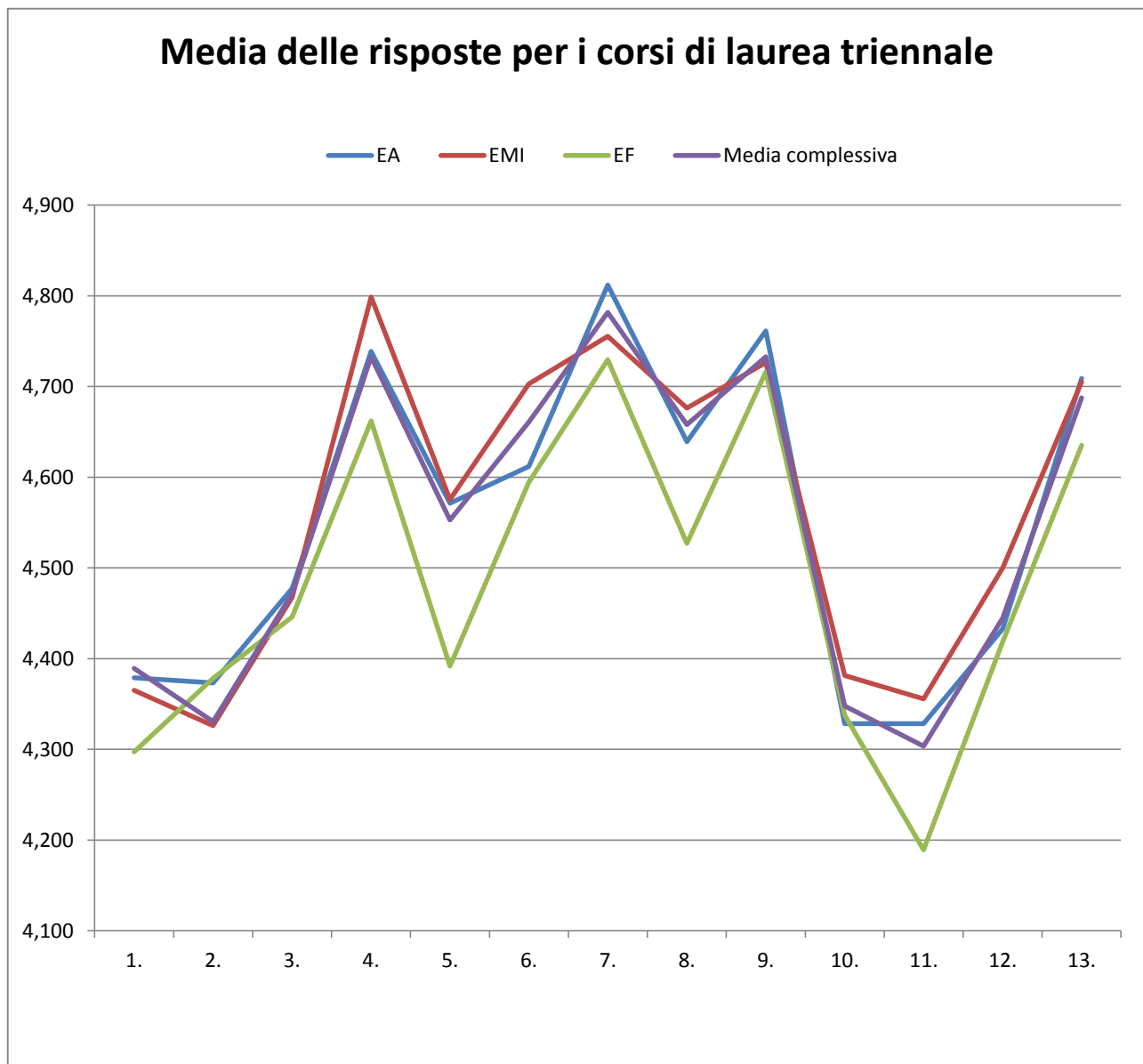
Questionari Azienda 2013, 2014 - Analisi dei Dati

Media dei giudizi per singole risposta con disaggregazione per corso di laurea triennale:

Dato disaggregato che indaga la media delle risposte per ciascun corso di laurea triennale. Questi corsi sono oggetto di analisi specifica in quanto prevedono lo stage all'interno del piano di studio.

Dati per l'anno 2014

	EA	EMI	EF	Tutti
1. Coerenza attività svolta con progetto formativo	4,379	4,365	4,297	4,389
2. Adeguatezza del numero di ore di tirocinio al	4,373	4,326	4,378	4,330
3. Livello culturale e competenza tecnica	4,478	4,468	4,446	4,472
4. Inserimento e rapporto con il personale	4,739	4,799	4,662	4,733
5. Spirito d'iniziativa	4,571	4,576	4,392	4,553
6. Capacità di lavorare in gruppo	4,612	4,703	4,595	4,661
7. Impegno e applicazione nello svolgimento del lavoro	4,812	4,755	4,730	4,782
8. Interesse per le attività svolte	4,639	4,676	4,527	4,658
9. Puntualità e precisione	4,761	4,727	4,716	4,733
10. Grado di autonomia	4,328	4,381	4,338	4,348
11. Servizio fornito dall'ufficio per il tirocinio	4,328	4,356	4,189	4,304
12. Utilità del tirocinio per l'azienda	4,433	4,500	4,419	4,445
13. Giudizio globale del tirocinio	4,709	4,705	4,635	4,688



Processi di gestione, assicurazione della qualità e responsabilità interne al Corso di Studi

Questo documento è diviso in due parti: nella prima parte si descrivono le linee generali per l'Assicurazione della Qualità del Corso di Studi (CdS); nella seconda parte si espone in dettaglio il sistema di gestione del CdS, indicando per ciascun processo la relativa attribuzione di responsabilità.

Il presente documento recepisce le Linee Guida per l'Assicurazione della Qualità dell'Ateneo e il documento sui Processi per la Gestione dei CdS, elaborati dal Presidio Qualità di Ateneo (PQA). Il documento viene aggiornato annualmente dal CdS.

Parte prima: Il processo di qualità e le responsabilità interne al Corso di Studi

La responsabilità dell'offerta formativa

La responsabilità dell'Offerta Formativa per il Corso di Studi, Economia e Marketing Internazionale (EMI), è in capo al Referente, Prof. Gianluca Marchi. Nelle diverse attività associate al processo di assicurazione della qualità, il Referente è affiancato da un Gruppo di Gestione AQ del CdS che coincide con il Gruppo di Riesame, così come indicato nella Scheda Unica Annuale del Corso di Studi (SUA-CdS). Il Gruppo di Gestione, nella composizione stabilita ad aprile 2015, è così composto:

- Prof. Gianluca Marchi (Responsabile del Riesame);
- Sig. Leonardo Alberti (Rappresentante gli studenti);
- Prof. Giuseppe Nardin (Docente del CdS);
- Prof. Enrico Giovannetti (Docente del CdS);
- Dr.ssa Lara Liverani (Tecnico Amministrativo con funzione di supporto amministrativo-gestionale);
- Dott. Gianni Previdi (rappresentante del mondo del lavoro)
- Sig. Chiara Bergamaschi, (studente del CdS)
- Sig. Giacomo Binini (studente del CdS)
- Sig. Daniel Alberto Sebastia (studente del CdS)
- Sig. Haris Slamnik (studente del CdS)
- Sig. Maddalena Zannini (studente del CdS).

Il CdS, fin dalla sua istituzione, ha mirato alla definizione di obiettivi formativi di valore, allineati ai migliori esempi nazionali e internazionali. Inoltre, il CdS ha un obiettivo di miglioramento continuo della qualità della sua Offerta Formativa. Questi fini sono perseguiti dal CdS attuando: una verifica a cadenza annuale della corrispondenza tra obiettivi e risultati, nonché dell'efficacia del sistema di gestione del CdS; un riesame, a cadenza pluriennale, relativo alla valutazione della

permanenza nel tempo del valore degli obiettivi formativi proposti ed alla efficacia del sistema di gestione.

Più precisamente, sotto la responsabilità del Referente del CdS, viene redatta(o):

- a) SUA-CdS
- b) Rapporto Annuale di Riesame (RAR)
- c) Rapporto Ciclico di Riesame (RCR)

La Scheda Unica Annuale del CdS (SUA-CdS)

La SUA-CdS è una scheda informatizzata all'interno della quale il CdS raccoglie le informazioni sulla propria attività.

È necessaria per:

- la definizione dell'Offerta Formativa
- la comunicazione a studenti, famiglie, mondo del lavoro e, più in generale, a tutte le parti interessate.
- l'attività di Auto-Valutazione e di Riesame
- la Valutazione Periodica e l'Accreditamento

Il Corso di Studi EMI ha scelto di rendere completamente pubblica la SUA-CdS e, dunque, a partire dall'anno accademico 2014-2015 la scheda, una volta completata, sarà resa disponibile sul sito Web del Dipartimento di Economia Marco Biagi.

Il Corso di Studi, attraverso la SUA-CdS, persegue le seguenti finalità:

- dichiara agli studenti e alle altre parti interessate i contenuti e i metodi della formazione, orienta e delimita le aspettative sui risultati di apprendimento e sulla capacità del Corso di Studi di favorirne il raggiungimento;
- mette in opera gli strumenti per praticare uno spazio pubblico a cui utenti e parti interessate possano accedere per formarsi un'opinione e formulare un giudizio informato; apre uno spazio politico in cui gli organi regolatori compiano le loro scelte sulla base di elementi di informazione e giudizio ben fondati e verificabili nello spazio pubblico.

Il Presidio di Qualità d'Ateneo (PQA), tramite l'Ufficio di supporto, assicura che vengano forniti tutti i dati necessari per la compilazione della SUA-CdS. Il PQA organizza anche periodiche attività formative per i Referenti (o Presidenti) dei CdS, alle quali il Referente di EMI partecipa con regolarità, laddove necessario delegando la partecipazione a membri del Gruppo di Gestione AQ del CdS. Inoltre, il PQA coordina il processo complessivo di redazione delle SUA-CdS. Il collegamento tra Presidio di Qualità d'Ateneo, Dipartimento di Economia e singolo Corso di Studio

è assicurato dal Responsabile Qualità di Dipartimento (RQD). Nei compiti del RQD rientrano il monitoraggio delle attività didattiche del CdS, la consulenza e il supporto al CdS per la stesura della SUA-CdS.

La formazione per la SUA-CdS, sull'aggiornamento normativo e in preparazione dell'accREDITAMENTO periodico, viene svolta attraverso incontri con i Presidenti (o figura equivalente) dei CdS e con i Responsabili AQ di Dipartimento/Facoltà.

Le attività relative alla SUA-CdS sono svolte secondo le scadenze riportate in Tabella 1. Nella tabella si fa riferimento alle attività formative, ai tempi ed alle scadenze del 2014-2015, ipotizzando che queste possano diventare una modalità organizzativa a carattere permanente.

Tabella 1: Tempi e Scadenze Attività SUA-CdS

Mese	Attività	Soggetto
Ottobre-Novembre	<i>Formazione generale (inclusiva anche di SUA-CdS)</i>	PQA
Gennaio-Febbraio	<i>Definizione Offerta Formativa del CdS</i>	CdS
Gennaio-Febbraio	<i>Compilazione SUA•CdS 1° Parte</i>	CdS
Entro 10 Febbraio	<i>Verifica del rispetto dei requisiti e della completezza della compilazione della SUA•CdS 1° parte.</i>	PQA
Marzo-Aprile	<i>Compilazione SUA•CdS 2° Parte</i>	CdS
Entro 30 Aprile	<i>Verifica del rispetto dei requisiti e della completezza della compilazione della SUA•CdS 2° parte.</i>	PQA
Luglio	<i>Caricamento dei dati nella SUA-CdS</i>	Ufficio Supporto PQA
Settembre	<i>Compilazione SUA•CdS 3° parte.</i>	PQA
Entro 30 Settembre	<i>Verifica del rispetto dei requisiti e della completezza della compilazione della SUA•CdS 2° parte.</i>	PQA

NB: date previste per il 2014/15

Rapporto annuale di Riesame (RAR)

Il RAR è un processo periodico e programmato che ha lo scopo di verificare l'adeguatezza degli obiettivi di apprendimento che il CdS si è proposto, la corrispondenza tra gli obiettivi e i risultati e l'efficacia della gestione del Corso.

Attraverso il RAR, il Corso di Studi EMI documenta, analizza e commenta:

- gli effetti delle azioni correttive annunciate nei Rapporti di Riesame annuali precedenti;
- i punti di forza, i punti critici e le aree da migliorare che emergono dall'analisi dell'anno accademico in esame;
- gli interventi correttivi sugli elementi critici messi in evidenza, i cambiamenti ritenuti necessari in base a mutate condizioni e le azioni volte ad apportare miglioramenti e a consolidare il buon funzionamento dell'esistente.

Il RAR è elaborato e discusso collegialmente dal Gruppo di Riesame, che per EMI include sia una rappresentanza studentesca che una rappresentanza del mondo esterno all'Università. Il RAR viene presentato, discusso e approvato nel Collegio dei Docenti del CdS.

Nella elaborazione del RAR, il CdS opera una revisione critica utilizzando anche i dati messi a disposizione dal PQA e tiene conto della relazione della Commissione Paritetica Docenti-Studenti (CP-DS), nonché delle istanze riportate da docenti e studenti. Il CdS indica nel RAR le azioni programmate, precisandone la tempistica. Le azioni programmate nel RAR, e la loro esecuzione, sono oggetto di monitoraggio da parte del PQA, anche avvalendosi del Responsabile Qualità del Dipartimento, e di valutazione da parte della CP-DS.

Le attività di Riesame messe in atto da EMI sono svolte secondo le scadenze riportate in Tabella 2.

Tabella 2: Tempi e Scadenze Attività RAR

Mese	Attività	Soggetto
Ottobre-Novembre 2014	<i>Formazione generale (inclusiva anche dei RAR)</i>	PQA
Novembre – Dicembre	<i>Stesura Bozza RAR</i>	CdS
22 Dicembre	<i>Invio Bozza RAR al PQA</i>	CdS
Entro il 10 Gennaio	<i>Verifica delle bozze RAR e invio indicazioni ai CdS</i>	PQA
28 Gennaio	<i>Invio RAR Definitivo al PQA</i>	CdS
Entro il 31 Gennaio	<i>Caricamento RAR nella banca dati ministeriale</i>	PQA

NB: date previste per il 2014/15

Rapporto Ciclico di Riesame (RCR)

Il RCR, in generale, viene redatto con una periodicità che è funzione della durata del CdS. EMI ha redatto il suo primo Rapporto di Riesame Ciclico in preparazione della possibile visita di accreditamento periodico, prevista nel 2015. Il CdS, all'interno del RCR, ha valutato la permanenza della validità degli obiettivi di formazione e del sistema di gestione utilizzato.

In particolare, il Corso di Studi ha preso in esame:

- l'attualità della domanda di formazione che sta alla base del CdS,
- le figure professionali di riferimento e le loro competenze,
- la coerenza dei risultati di apprendimento previsti dal CdS nel suo complesso e dai singoli insegnamenti.
- l'efficacia del sistema di gestione del CdS.

Per ciascuno di questi elementi il RCR ha documentato, analizzato e commentato:

- i punti di forza e le aree da migliorare emerse dall'analisi del periodo in esame e dalle prospettive del periodo successivo;

- gli interventi correttivi sugli elementi critici messi in evidenza, i cambiamenti ritenuti necessari in base alle mutate condizioni e le azioni volte ad apportare gli opportuni miglioramenti.

La stesura del RCR è avvenuta sotto la responsabilità del Referente del CdS , con il supporto ex-ante e in itinere del PQA. La funzione di raccordo tra PQA e CdS è stata svolta dal RQD.

In relazione al Rapporto di Riesame Ciclico redatto nel 2015, le attività messe in atto dal CdS, EMI, si sono svolte secondo le scadenze riportate in Tabella 3.

Tabella 3: Tempi e Scadenze Attività RCR 2015

Mese	Attività	Soggetto
Ottobre-Novembre 2014	<i>Formazione generale (inclusiva anche dei RCR)</i>	PQA
Dicembre-Gennaio	<i>Stesura Bozza RCR</i>	CdS
15 Gennaio	<i>Invio Bozza RCR al PQA</i>	CdS
Entro il 26 Gennaio	<i>Verifica delle bozze RCR e invio indicazioni ai CdS</i>	PQA
30 Gennaio	<i>Invio RCR Definitivo al PQA</i>	CdS
Entro il 31 Gennaio	<i>Caricamento RCR nella banca dati ministeriale</i>	PQA

NB: date previste per il 2014/15

Parte seconda: L'insieme dei Processi di Gestione del Corso di studi

Il sistema di gestione del Corso di Studi è descritto nei seguenti quadri della SUA-CdS:

- Quadro D1: Definizione della struttura organizzativa e responsabilità a livello di Ateneo
- Quadro D2: Definizione della struttura organizzativa e responsabilità della AQ a livello del CdS
- Quadro D3: Definizione della programmazione dei lavori e scadenze di attuazione delle iniziative

Di seguito sono riportate le descrizioni dei processi di gestione del Corso di Studi e i riferimenti ai diversi quadri della SUA-CdS.

Processo 1: Definizione della domanda di formazione

Il presente processo riguarda la definizione della domanda di formazione a seguito della consultazione delle Parti Interessate, in coerenza con le linee strategiche di Ateneo (Politica di Ateneo per la Formazione, Piano Strategico di Ateneo, Politiche della Qualità della Formazione dell'Ateneo e Piano Triennale di Dipartimento).

Il processo riguarda in particolare le indagini e le consultazioni del mondo della produzione, dei servizi e delle professioni finalizzate alla definizione della domanda di formazione, ovvero le funzioni in un contesto di lavoro e le competenze verso cui lo studente viene preparato in modo più significativo (indicatore AQ5.A delle Linee Guida delle Commissioni di Esperti di Valutazione ANVUR, punti di attenzione AQ5.A.1, AQ5.A.2 e AQ5.A.3).

Il processo è suddiviso in "Sotto-processo 1.1: Definizione delle Parti Interessate" e "Sotto-processo 1.2: Consultazione delle Parti Interessate".

Sotto-processo 1.1: Definizione delle Parti Interessate

- a) La definizione delle Parti Interessate avviene su indicazione del Referente del CdS, che costituisce il Comitato di Indirizzo, tenendo conto anche di proposte provenienti dal Gruppo di Gestione. La composizione del Comitato di Indirizzo, sia in sede di prima costituzione che di eventuale aggiornamento, è orientata alla formazione di un gruppo di partecipanti in grado di assicurare una adeguata diversificazione di competenze ed esperienze. L'attuale composizione del Comitato di Indirizzo è rappresentata in Tab. 4

Tabella 4: Composizione del Comitato di Indirizzo

Componenti	Organizzazione di appartenenza	Ruoli e Ambiti di esperienza
Gianluca Marchi	<i>Unimore</i>	Referente del CdS
Giovanni Basile	<i>Teikos</i>	Consulenza per l'internazionalizzazione e multi-utilities
Alberto Belluzzi	<i>Lapam Federimprese Modena</i>	Associazionismo piccole imprese industriali
Davide Boni	<i>Doxee</i>	Marketing management in settori high-tech
Daniele Cavazza	<i>Confesercenti Modena</i>	Associazionismo piccole imprese commerciali
Edwin Colella	<i>Idea Italiana</i>	Marketing management in grandi imprese industriali
Giuseppe Nardin	<i>Unimore</i>	Docente CdS
Gianni Previdi	<i>Kyros</i>	Consulenza gestionale per PMI

- b) La definizione di *Studi di settore integrativi* è decisa dal Referente del CdS e dal Gruppo del Gestione nel suo insieme. Gli studi di settore, consultati per integrare le indicazioni provenienti dal Comitato di Indirizzo a supporto dell'analisi della domanda di formazione, sono identificati sulla base della rilevanza della fonte e del grado di accuratezza.

Sotto-processo 1.2: Consultazione delle Parti Interessate

- a) Le parti interessate sono consultate attraverso la convocazione, da parte del Referente CdS, di una riunione formale del Comitato di Indirizzo che avviene ordinariamente su base annuale in occasione della preparazione della SUA-CdS. Il Comitato di Indirizzo è convocato dal CdS anche ogniqualvolta se ne renda utile la consultazione per valutare tematiche relative a domanda di formazione, tirocini, evoluzione delle competenze e dei profili professionali di riferimento. La consultazione del Comitato di Indirizzo avviene anche attraverso incontri individuali (sia in presenza che in forma telefonica o telematica) tra singoli componenti e Referente del CdS, in momenti diversi dell'anno anche su sollecitazione dei componenti del Comitato di Indirizzo stesso. Gli studi di settore integrativi sono consultati in sede di preparazione del RAR, del RCR e della SUA-CdS.
- b) La procedura per la definizione di funzioni, competenze e profili professionali di riferimento, e per la predisposizione degli obiettivi formativi e dell'offerta del CdS, prevede il coinvolgimento del Referente CdS e del Comitato di Indirizzo. Il Comitato di Indirizzo offre informazioni su modifiche nelle funzioni e nei profili di competenze richieste dal mondo del lavoro. Il Referente CdS, insieme al Gruppo di Gestione, raccoglie le indicazioni offerte e valuta se procedere a modifiche negli obiettivi e nell'offerta formativa da inserire in SUA-CdS.

I risultati del Processo 1 sono dati di ingresso al Processo 2 e sono utilizzati per la compilazione dei seguenti quadri SUA-CdS:

- Quadro A1: Consultazione con le organizzazioni rappresentative - a livello nazionale e internazionale - della produzione di beni e servizi, delle professioni
- Quadro A2a: Profilo professionale e sbocchi occupazionali e professionali previsti per i laureati
- Quadro: A2b Il corso prepara alla professione di (codifiche ISTAT)

Processo 2: Definizione degli Obiettivi Formativi e dei Risultati di Apprendimento

Il presente processo riguarda la definizione degli *Obiettivi Formativi Specifici*, delle *Aree di Apprendimento* del CdS e dei *Risultati di Apprendimento* attesi, coerenti con la *domanda di formazione (funzioni e competenze)* (indicatore AQ5.B delle Linee Guida delle Commissioni di Esperti di Valutazione ANVUR, punti di attenzione AQ5.B.2).

- a) Gli *Obiettivi Formativi Specifici*, le *Aree di Apprendimento* e i *Risultati di Apprendimento* attesi del CdS sono definiti, in stretta relazione con gli obiettivi formativi generali e in tempi utili per un successivo inserimento in SUA-CdS, a partire da una proposta del Referente CdS e del Gruppo di Gestione, consultate le Parti Interessate. Successivamente, la proposta viene discussa nell'Assemblea dei docenti del CdS e poi definitivamente approvata dal Consiglio di Dipartimento.

I risultati del Processo 2 sono dati di ingresso al Processo 3 e sono utilizzati per la compilazione dei seguenti quadri SUA-CdS:

- Quadro A4: Obiettivi formativi specifici del Corso
- Quadro A4b: Risultati di apprendimento attesi - Conoscenza e comprensione - Capacità di applicare conoscenza e comprensione
- Quadro A4c: Autonomia di giudizio - Abilità comunicative - Capacità di apprendimento

Processo 3: Progettazione del processo formativo

Il presente processo riguarda la progettazione del processo formativo utile al raggiungimento dei *Risultati di Apprendimento* di CdS (indicatore AQ5.B delle Linee Guida delle Commissioni di Esperti di Valutazione ANVUR, punti di attenzione AQ5.B.1, AQ5.B.3 e AQ5.B.4).

- a) I requisiti di ammissione necessari per il raggiungimento dei *Risultati di Apprendimento* sono definiti, in tempi utili per un successivo inserimento in SUA-CdS, a partire da una proposta

del Referente CdS e del Gruppo di Gestione, successivamente sottoposti a discussione nell'Assemblea dei docenti e poi approvati dal Consiglio di Dipartimento.

- b) Le caratteristiche della Prova Finale sono definite, in tempi utili per un successivo inserimento in SUA-CdS, a partire da una proposta del Referente CdS e del Gruppo di Gestione, successivamente sottoposti a discussione nell'Assemblea dei docenti e poi approvati dal Consiglio di Dipartimento.

In generale, le attività connesse ai punti successivi, da c) a g) sono sotto la responsabilità del Referente del CdS, che le svolge con il supporto del Gruppo di Gestione e con una tempistica coerente con i tempi di inserimento delle informazioni nella SUA-CdS.

- c) offerta didattica programmata ed erogata, con definizione di:
- i. percorso di formazione e dei metodi di accertamento;
 - ii. calendario del Corso di Studio e orario delle attività formative;
 - iii. calendario degli esami di profitto;
 - iv. calendario delle sessioni della prova finale;
- d) le richieste di personale docente (inclusa la definizione dei Docenti di riferimento del CdS);
- e) le richieste di infrastrutture;
- f) le richieste di servizi di contesto;
- g) la verifica riguardante la disponibilità delle risorse di cui ai punti d), e), f).

Per la progettazione della didattica, sul piano operativo, la Direzione del Dipartimento, in collaborazione con la Segreteria didattica, tenendo conto dei vincoli ministeriali e di bilancio connessi agli indirizzi d'Ateneo, predispone una bozza di copertura degli insegnamenti da sottoporre al Referente CdS. Successivamente, il quadro delle coperture è inviato a tutti i docenti strutturati per eventuali osservazioni. L'iter si chiude con l'approvazione del Consiglio di Dipartimento. Il calendario delle attività è predisposto e proposto all'approvazione del Consiglio di Dipartimento dal Direttore che, sempre con il supporto della Segreteria didattica, gestisce centralmente anche orari di lezione e appelli di esame. I calendari sono pubblicati almeno 30 giorni prima (lezioni) e almeno 2 mesi prima (appelli). Anche le infrastrutture sono assegnate centralmente dalla Direzione del Dipartimento, che si occupa inoltre del calendario delle sedute di laurea, poi approvato dal Consiglio di Dipartimento.

I risultati del Processo 3 sono dati di ingresso al Processo 4 e sono utilizzati per la compilazione dei seguenti quadri SUA-CdS:

- Quadro A3: Requisiti di ammissione
- Quadro A5: Prova finale
- Quadro B1a: Descrizione del percorso di formazione

- Quadro B1b: Descrizione dei metodi di accertamento
- Quadro B2a: Calendario del Corso di Studio e orario delle attività formative
- Quadro B2b: Calendario degli esami di profitto
- Quadro B2c: Calendario delle sessioni della Prova finale
- Quadro B3: Docenti titolari di insegnamento
- Quadro B4: Aule - Laboratori e Aule Informatiche - Sale Studio - Biblioteche
- Quadro B5: Orientamento in ingresso - Orientamento e tutorato in itinere - Assistenza per lo svolgimento di periodi di formazione all'estero - Assistenza e accordi per la mobilità internazionale - Accompagnamento al lavoro - Eventuali altre iniziative
- Area Amministrazione: Docenti di riferimento
- Area Amministrazione: Didattica Programmata
- Area Amministrazione: Didattica Erogata

Processo 4: Erogazione e gestione del processo formativo

Il presente processo riguarda l'erogazione e la gestione del processo formativo delle seguenti attività:

- Verifica dei requisiti di ammissione
- Organizzazione e svolgimento della prova finale
- Verifica della completezza delle informazioni sui programmi degli insegnamenti
- Definizione del calendario del Corso di Studio e orario delle attività formative
- Definizione del calendario degli esami di profitto
- Definizione del calendario delle sessioni della Prova finale
- Orientamento in ingresso
- Orientamento e tutorato in itinere
- Assistenza per lo svolgimento di periodi di formazione all'esterno
- Assistenza e accordi per la mobilità internazionale
- Accompagnamento al lavoro
- Gestione delle emergenze
- Eventuali altre attività

Il Referente del CdS, con l'ausilio del Gruppo di Gestione e della Segreteria didattica, è responsabile della verifica della completezza delle informazioni sui programmi degli insegnamenti.

Il calendario delle attività, dopo consultazione dei Referenti di CdS, è predisposto e proposto all'approvazione del Consiglio di Dipartimento dal Direttore con il supporto della Segreteria didattica. Sono gestite a livello centrale, così garantendo un coordinamento tra i diversi Corsi di Laurea, anche

orari di lezione e appelli di esame. I calendari sono pubblicati almeno 30 giorni prima (lezioni) e almeno 2 mesi prima (appelli). Anche le infrastrutture sono assegnate centralmente dalla Direzione del Dipartimento, che si occupa inoltre del calendario delle sedute di laurea, poi approvato dal Consiglio di Dipartimento. Il calendario delle sedute di laurea viene predisposto dalla Segreteria didattica (nel rispetto del Regolamento didattico di Ateneo) e approvato dal Consiglio di Dipartimento. I corsi di laurea triennale prevedono cinque sessioni di laurea: luglio, settembre, ottobre, dicembre, marzo e aprile.

I servizi e le attività di orientamento sono erogati a livello di Ateneo attraverso l'operato di un apposito ufficio Orientamento che si articola in due sezioni: Orientamento allo Studio con Sportello Informastudenti e Orientamento al Lavoro e Placement. A livello di Dipartimento sono il delegato all'orientamento e Segreteria didattica a svolgere le attività di orientamento in ingresso, in accordo con le iniziative organizzate a livello di ateneo. L'attività di orientamento e tutorato in itinere è coordinata dalla Direzione del Dipartimento e, in particolare, dalla Segreteria Didattica e si avvale del contributo di gruppi di docenti individuati ad hoc a livello di corso di studio.

L'attività di assistenza per lo svolgimento di periodi di formazione all'esterno è svolta dall'Ufficio Stage di Dipartimento, che funge da ente di attivazione degli stage e si occupa di gestire sia la parte amministrativa sia i rapporti con le imprese, fornendo supporto dal momento della ricerca fino alla conclusione dell'esperienza. Tutti gli studenti iscritti al terzo anno ricevono, via mail, le istruzioni per presentare la propria domanda di stage, che contiene, oltre alle informazioni di carattere anagrafico, anche un prospetto degli esami sostenuti e le preferenze in merito allo svolgimento del tirocinio, nel mese di gennaio di ogni anno. Tali domande vengono raccolte durante una serie di incontri in aula, che l'Ufficio Stage organizza per illustrare le regole e le procedure seguite per l'attivazione dei tirocini. Lo stage è previsto dopo il raggiungimento di 140 cfu ed ha una durata di almeno 300 ore. Lo studente può proporre dei propri contatti aziendali, oppure può avvalersi dell'intermediazione dell'ufficio nella ricerca delle offerte di stage. Prima dell'inizio dello stage ciascuno studente riceve il proprio progetto formativo, predisposto in collaborazione con l'azienda e l'ufficio stage, e la documentazione da restituire al termine dell'esperienza (registro delle presenze e questionari di valutazione) per ottenere la convalida dei crediti. L'Ufficio Stage, in concerto con la Segreteria didattica, si occupa anche dell'assistenza e accordi per stage all'estero.

L'ufficio mobilità del Dipartimento gestisce tutte le attività inerenti alla mobilità internazionale degli studenti, inclusi il riconoscimento dell'attività curricolare effettuata all'estero e l'aggiornamento dei piani di studio.

L'attività di accompagnamento al lavoro è cogestita da Ateneo, attraverso l'Ufficio Orientamento allo Studio, Lavoro e Placement, e Dipartimento, attraverso l'Ufficio Stage del Dipartimento, il quale funge anche da ente di attivazione nel caso di tirocini di formazione e orientamento post-laurea.

I risultati del Processo 4 sono dati di ingresso al Processo 5.

Processo 5: Riesame annuale e riesame ciclico

Il presente processo riguarda le attività di riesame annuale e ciclico che portano alla stesura del Rapporto Annuale di Riesame (RAR) e del Rapporto Ciclico di Riesame (RCR).

Le attività di riesame utilizzano i risultati provenienti dal Processo 4 e le indicazioni contenute nella relazione annuale della Commissione Paritetica Docenti-Studenti (soggetto esterno al CdS; Responsabile: Dipartimento). Inoltre, le attività di riesame utilizzano i dati raccolti dalle attività di monitoraggio a cura di altri soggetti esterni al CdS (in particolare Ateneo e banca dati AlmaLaurea):

- a) monitoraggio opinioni studenti (Resp.: Ateneo);
- b) monitoraggio opinioni laureati (Resp.: Ateneo);
- c) monitoraggio dati di ingresso, di percorso e di uscita (Resp.: Ateneo);
- d) monitoraggio efficacia esterna (Resp.: Ateneo);
- e) monitoraggio opinioni di enti e imprese con accordi di stage/tirocinio curriculare o extra-curriculare (Resp.: a regime Ateneo / al momento Dipartimento).

Responsabilità e modalità del riesame sono state descritte in dettaglio nella parte prima del presente documento. Inoltre, tali informazioni sono riportate anche nel RAR e nel RCR.

I risultati del Processo 5 sono dati di ingresso ai Processi 1, 2 e 3 e sono utilizzati per la compilazione dei seguenti quadri SUA-CdS:

- Quadro B6: Opinioni studenti
- Quadro B7: Opinioni laureati
- Quadro C1: Dati di ingresso, di percorso e di uscita
- Quadro C2: Efficacia esterna
- Quadro C3: Opinioni di enti e imprese con accordi di stage/tirocinio curriculare o extra-curriculare
- Quadro D4: Riesame annuale

Quadri SUA-CdS

A1 Consultazione con le organizzazioni rappresentative – a livello nazionale e internazionale – della produzione di beni e servizi, delle professioni
A2a Profilo professionale e sbocchi occupazionali e professionali previsti per i laureati
A2b Il corso prepara alla professione di (codifiche ISTAT)
A3 Requisiti di ammissione
A4a Obiettivi formativi specifici del Corso
A4b-c Risultati di apprendimento attesi
A5 Prova finale

B1a Descrizione del percorso di formazione
B1b Descrizione dei metodi di accertamento
B2a Calendario del Corso di Studio e orario delle attività formative
B2b Calendario degli esami di profitto
B2c Calendario delle sessioni della Prova finale
B3 Docenti titolari di insegnamento
B4 Aule – Laboratori e Aule Informatiche – Sale Studio – Biblioteche
B5 Orientamento in ingresso - Orientamento e tutorato in itinere – Assistenza per lo svolgimento di periodi di formazione all'estero – Assistenza e accordi per la mobilità internazionale – Accompagnamento al lavoro – Eventuali altre iniziative
B6 Opinioni studenti
B7 Opinioni laureati

C1 Dati di ingresso, di percorso e di uscita
C2 Efficacia esterna
C3 Opinioni di enti e imprese con accordi di stage/tirocinio curriculare o extra-curriculare

D1 Struttura organizzativa e responsabilità a livello di Ateneo
D2 Struttura organizzativa e responsabilità della AQ a livello del CdS
D3 Programmazione dei lavori e scadenze di attuazione delle iniziative
D4 Riesame annuale

Organizzazione del CdS e dell'AQ (Sistema di gestione)

- Definizione della struttura organizzativa e responsabilità a livello di Ateneo (D1)
- Definizione della struttura organizzativa e responsabilità della AQ a livello del CdS (D2)
- Definizione della programmazione dei lavori e scadenze di attuazione delle iniziative (D3)

Processi di gestione, riesame e miglioramento del CdS

Definizione delle linee strategiche di Ateneo (Processo 'esterno' al CdS)

- Piano Strategico di Ateneo
- Politica di Ateneo per la formazione
- Politiche della Qualità della formazione dell'Ateneo
- Piano triennale di Dipartimento

Processo 1: Definizione della domanda di formazione

Sotto-processo 1.1: Definizione delle PI (A1)
 Sotto-processo 1.2: Consultazione delle PI (A1, A2)

Processo 2: Definizione degli Obiettivi Formativi e dei Risultati di apprendimento

- Definizione degli Obiettivi Formativi Specifici e delle Aree di Apprendimento del CdS (A4)
- Definizione dei Risultati di Apprendimento attesi (A4)

Processo 3: Progettazione del processo formativo

- Definizione dei requisiti di ammissione (A3)
- Definizione delle caratteristiche della prova finale (A5)
 - Definizione dell'offerta didattica programmata ed erogata:
 - Definizione del percorso di formazione e dei metodi accertamento (B1)
 - Definizione del calendario del Corso di Studio e orario delle attività formative (B2a)
 - Definizione del calendario degli esami di profitto (B2b)
 - Definizione del calendario delle sessioni della prova finale (B2c)
 - Definizione del personale docente richiesto (B3)
 - Definizione delle infrastrutture richieste (B4)
 - Definizione dei servizi di contesto richiesti (B5)

Messa a disposizione delle risorse *

No

Sì

Processo 4: Erogazione e gestione del processo formativo

Monitoraggio della qualità dei CdS (Processo esterno al CdS)

Relazione Annuale della Commissione Paritetica Docenti-Studenti
 Resp: Dipartimento

Monitoraggio del processo formativo (Processo 'esterno' al CdS)

- Monitoraggio opinioni studenti - Resp.: Ateneo (B6)
- Monitoraggio opinioni laureati - Resp.: AlmaLaurea (B7)
- Monitoraggio dati di ingresso, di percorso e di uscita - Resp.: Ateneo (C1)
- Monitoraggio efficacia esterna - Resp.: AlmaLaurea (C2)
- Monitoraggio opinioni di enti e imprese con accordi di stage/tirocinio curriculare o extra-curriculare - Resp.: Ateneo (C3)

* Messa a disposizione delle risorse (Processo 'esterno' al CdS)

- Messa a disposizione del personale docente (B3)
 - Messa a disposizione delle infrastrutture (B4)
 - Messa a disposizione dei servizi di contesto (B5)
- Responsabilità: Ateneo, Dipartimento/i

