



## Informazioni generali sul Corso di Studi

<b>Università</b>	Università degli Studi di MODENA e REGGIO EMILIA
<b>Nome del corso in italiano</b>	Economia e marketing internazionale( <i>IdSua:1530829</i> )
<b>Nome del corso in inglese</b>	International economics and marketing
<b>Classe</b>	L-18 - Scienze dell'economia e della gestione aziendale
<b>Lingua in cui si tiene il corso</b>	italiano
<b>Eventuale indirizzo internet del corso di laurea</b>	<a href="http://www.economia.unimore.it/site/home/didattica/corsi-di-laurea/economia-e-marketing-internazionale.html">http://www.economia.unimore.it/site/home/didattica/corsi-di-laurea/economia-e-marketing-internazionale.html</a>
<b>Tasse</b>	<a href="http://www.unimore.it/ammissione/tasse.html">http://www.unimore.it/ammissione/tasse.html</a>
<b>Modalità di svolgimento</b>	convenzionale

## Referenti e Strutture

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

### Docenti di Riferimento

N.	COGNOME	NOME	SETTORE	QUALIFICA	PESO	TIPO SSD
1.	BERTOLINI	Paola	SECS-P/02	PA	1	Base/Caratterizzante
2.	BROMWICH	William John	L-LIN/12	RU	1	Affine
3.	GIUNTINI	Andrea	SECS-P/12	PA	1	Base
4.	GRAPPI	Silvia	SECS-P/08	PA	1	Base/Caratterizzante

5.	MARCHI	Gianluca	SECS-P/08	PO	1	Base/Caratterizzante
6.	MORLINI	Isabella	SECS-S/01	PA	1	Base/Caratterizzante
7.	NARDIN	Giuseppe	SECS-P/08	PO	1	Base/Caratterizzante
8.	RIBBA	Antonio	SECS-P/02	PA	1	Base/Caratterizzante
9.	VIGNOLA	Marina	SECS-P/08	RU	1	Base/Caratterizzante

#### Rappresentanti Studenti

Bergamaschi Chiara 203154@studenti.unimore.it  
 Binini Pier Giacomo 191627@studenti.unimore.it  
 Slamnik Haris 187317@studenti.unimore.it  
 Zannini Maddalena 187439@studenti.unimore.it

#### Gruppo di gestione AQ

Chiara Bergamaschi  
 Pier Giacomo Binini  
 Enrico Giovannetti  
 Lara Liverani  
 Gianluca Marchi  
 Giuseppe Nardin  
 Gianni Previdi  
 Haris Slamnik  
 Maddalena Zannini

#### Tutor

Elisa MARTINELLI  
 Silvia GRAPPI

### Il Corso di Studio in breve

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.

04/04/2014

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.a

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

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 A1.b

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

La composizione del Comitato d'indirizzo del corso di laurea in Economia e Marketing Internazionale EMI è rimasta immutata nel 2015. Il Comitato include 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 nell'anno 2015, oltre che alla discussione dei temi volti al rafforzamento dei contenuti del percorso formativo e al miglioramento della loro coerenza coi fabbisogni emergenti nel territorio, sono state indirizzate alla messa a punto dei modelli di relazione tra gestione del Corso di Studio e Comitato di Indirizzo, soprattutto in preparazione della visita degli esperti valutatori ANVUR avvenuta nel mese di ottobre. Sono state svolte due riunioni formali del Comitato di Indirizzo: una in data 14/05/2015; la seconda in data 30/09/2015. Vari altri incontri informali hanno coinvolto il referente del Corso di Studio e singoli membri del Comitato di Indirizzo.

Sulla base di quanto discusso nelle due riunioni e in considerazione dei suggerimenti avanzati in sede di valutazione ANVUR, si è deciso di strutturare in modo più sistematico il modello di relazione tra Corso di Studio e Comitato. In particolare, si è deciso di mantenere costante l'assetto di due riunioni ordinarie annue del Comitato di Indirizzo (una in periodo primaverile, una in preparazione alla stesura del Rapporto Annuale di Riesame) e di migliorare il processo comunicativo tra Comitato e Organi di gestione del Corso in modo da mantenere sempre vivo lo scambio di informazioni. Per migliorare la continuità della relazione e il flusso informativo, si è deciso di inserire nel Gruppo di Gestione Qualità del Corso anche un membro del Comitato di Indirizzo, nella figura di Gianni Previdi.

In allegato il documento relativo alle politiche del Corso sulla rilevazione della domanda esterna di formazione, che include anche i verbali delle riunioni del Comitato di Indirizzo.

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Il documento contiene le politiche del Corso di Studio sulla rilevazione della domanda di formazione.

## 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,

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 occupazionali:**

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.

QUADRO A2.b

Il corso prepara alla professione di (codifiche ISTAT)

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.a

Conoscenze richieste per l'accesso

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.

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.

04/04/2014

## QUADRO A3.b

### Modalità di ammissione

Il corso di laurea in Economia e marketing internazionale è a numero programmato e prevede il TOLC-E (Test On Line CISIA) <sup>19/02/2016</sup> come titolo necessario per partecipare alle selezioni.

Per accedere al corso è necessario seguire alcuni passi:

1. iscriversi al Test TOLC-E e sostenerlo nella data e nella sede prescelta;
2. iscriversi alla selezione prevista dal bando per essere inseriti nella graduatoria
3. attendere l'esito delle graduatorie e poi effettuare l'immatricolazione

Le informazioni in dettaglio su tutti i passi da seguire per iscriversi al corso sono contenute nel bando di ammissione.

Il corso prevede che lo studente sostenga il TOLC-E. Per sostenere il TOLC-E è necessario registrarsi sul Portale del Cisia e iscriversi al test.

Lo studente può sostenere il TOLC-E presso qualsiasi università aderente al CISIA (il calendario completo delle prove TOLC per sede e data è consultabile sul sito Cisia)

Il Dipartimento di Economia Marco Biagi organizza il test TOLC-E nei mesi di maggio, luglio e settembre 2016

La prova consiste nel rispondere a 36 quesiti, suddivisi nelle seguenti aree:

- Logica: 13 quesiti, per rispondere ai quali sono dedicati 30 minuti
- Comprensione verbale: 10 quesiti, per rispondere ai quali sono dedicati 30 minuti
- Matematica: 13 quesiti, per rispondere ai quali sono dedicati 30 minuti

La durata totale della prova è quindi di 90 minuti. I tempi parziali e totali sopra descritti sono prescrittivi. Per ciascun quesito il testo propone 5 risposte (A,B,C,D,E), una sola delle quali è esatta. Il punteggio attribuito è il seguente:

1 punto se la risposta è esatta

0 punti se manca la risposta

-0.25 punti se la risposta è sbagliata

Il punteggio massimo attribuibile alla prova è di 36 punti.

Dopo aver sostenuto il TOLC-E, per partecipare alla selezione è necessario registrarsi sul sito di Ateneo (Esse3) seguendo le modalità e i termini perentori indicati nel bando di ammissione.

La selezione non prevede ulteriori prove ma consiste unicamente nell'inserimento nella graduatoria di merito per l'accesso al Corso di studio, sulla base del punteggio TOLC-E ottenuto (70%) e del voto di maturità (30%).

Agli studenti ammessi che ottengono nell'area di Matematica del TOLC un punteggio uguale o inferiore a 6/13 è assegnato un debito formativo che dovrà essere assolto entro luglio 2017. Solo dopo aver assolto tale debito si potrà sostenere l'esame di Matematica e matematica finanziaria, previsto nel primo anno di corso. Coloro che non assolveranno il debito entro luglio 2017 verranno iscritti nell'anno accademico 2017/18 al primo anno di corso come ripetenti.

## 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 <sup>04/04/2014</sup> 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.

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.1	Conoscenza e comprensione, e Capacità di applicare conoscenza e comprensione: Sintesi
<b>Conoscenza e capacità di comprensione</b>	
<b>Capacità di applicare conoscenza e comprensione</b>	

QUADRO A4.b.2	Conoscenza e comprensione, e Capacità di applicare conoscenza e comprensione: Dettaglio
<b>Economico-aziendale</b>	
<b>Conoscenza e comprensione</b>	
I corsi introduttivi (Economia Aziendale, Economia e Gestione delle Imprese, Economia degli Intermediari Finanziari con	



elementi di Finanza) hanno lobiettivo 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 lobiettivo 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 - II parte [url](#)

Economia aziendale - I parte [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](#)

## 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](#)

Economia e istituzioni dei distretti industriali [url](#)

Economia internazionale [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), 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 - II parte [url](#)

Matematica e matematica finanziaria - I parte [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 I/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 - I parte [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**

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:

- 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.

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.

### **Abilità comunicative**

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.

In particolare, il laureato:

- 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;
- 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.

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.

<b>Capacità di apprendimento</b>	<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.a

#### Caratteristiche della 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 A5.b

#### Modalità di svolgimento della prova finale

23/02/2016

Per conseguire la laurea triennale, lo studente deve effettuare uno stage e una prova finale.

Non si può fare lo stage quando la richiesta superi la disponibilità delle aziende o se si è studente lavoratore: solo in questi casi si deve svolgere un progetto.

Lo stage è un'esperienza lavorativa di circa 2 mesi svolta presso enti o istituti di ricerca, organizzazioni, aziende e amministrazioni pubbliche. Nello svolgimento dello stage lo studente è seguito da un tutor di Dipartimento (docente universitario assegnato dall'Ufficio stage) e da un tutor aziendale e fa riferimento al tutor organizzativo dell'Ufficio stage.

A conclusione dello stage, lo studente, con la supervisione del tutor di Dipartimento, redige una relazione di sintesi sull'esperienza svolta. La prova finale può essere sostenuta in una lingua straniera, previo accordo con il docente relatore; in tale caso va corredata da un riassunto in lingua italiana del lavoro/dell'attività svolta.

La votazione finale di laurea è determinata a partire dal punteggio "base" dello studente costituito dalla media dei voti conseguiti nel curriculum, ponderata per il numero dei CFU e convertita in centodecimi. A questo punteggio complessivo vengono aggiunti dei 'bonus' secondo la media, la laurea in corso, le lodi conseguite.

Le commissioni giudicatrici per la prova finale, i cui membri non possono essere meno di cinque e più di undici, sono nominate dal Direttore di Dipartimento e sono composte da professori di prima e di seconda fascia e ricercatori del Dipartimento.

La Commissione di laurea, su proposta del tutor, assegna alla prova finale un punteggio massimo di 3 punti su 110, che si sommano al punteggio di cui sopra determinando la votazione finale di laurea.

Sono previste sei sessioni di laurea: luglio, settembre, ottobre, dicembre, marzo e aprile.

Descrizione link: Modalità di svolgimento della prova finale

Link inserito: <http://www.economia.unimore.it/site/home/didattica/corsi-di-laurea/articolo103017782.html>

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Elenco delle tesi discusse nel 2015







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.

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 <a href="#">link</a>	PINARDI ROBERTO	PO	6	48	
2.	SECS-P/07	Anno di corso 1	Economia aziendale - I parte ( <i>modulo di Economia aziendale</i> ) <a href="#">link</a>	BRUGNOLI CARLO	PO	6	48	
3.	SECS-P/07	Anno di corso 1	Economia aziendale - II parte ( <i>modulo di Economia aziendale</i> ) <a href="#">link</a>	KOCOLLARI ULPIANA	RD	6	48	
4.	SECS-P/08	Anno di corso 1	Economia e gestione delle imprese <a href="#">link</a>	MARCHI GIANLUCA	PO	6	48	
5.	INF/01	Anno di corso 1	Informatica (idoneità) <a href="#">link</a>	BORDONI STEFANO	RU	3	24	
6.	SECS-P/01	Anno di corso 1	Introduzione alla microeconomia <a href="#">link</a>	GIOVANNETTI ENRICO	PA	9	72	
7.	L-LIN/12	Anno di corso 1	Lingua inglese - I parte ( <i>modulo di Lingua inglese (idoneità)</i> ) <a href="#">link</a>	BROMWICH WILLIAM JOHN	RU	3	24	
8.	L-LIN/12	Anno di corso 1	Lingua inglese - II parte ( <i>modulo di Lingua inglese (idoneità)</i> ) <a href="#">link</a>	BROMWICH WILLIAM JOHN	RU	3	24	
9.	SECS-S/06	Anno di corso 1	Matematica e matematica finanziaria - I parte ( <i>modulo di Matematica e matematica finanziaria</i> ) <a href="#">link</a>	DOCENTE FITTIZIO		6	48	
10.	SECS-S/06	Anno di corso 1	Matematica e matematica finanziaria - II parte ( <i>modulo di Matematica e matematica finanziaria</i> ) <a href="#">link</a>	MUZZIOLI SILVIA	PA	6	48	
		Anno di	Matematica e matematica finanziaria - II	DOCENTE				

11.	SECS-S/06	corso 1	parte ( <i>modulo di Matematica e matematica finanziaria</i> ) <a href="#">link</a>	FITTIZIO		6	20
12.	SECS-P/12	Anno di corso 1	Storia economica <a href="#">link</a>	GIUNTINI ANDREA	PA	6	48

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

Le attività di orientamento svolte dagli operatori dei Servizi di Orientamento delle Università rappresentano un utile strumento di 24/02/2016

formazione culturale e professionale sia per gli studenti degli Istituti d'istruzione secondaria che si apprestano a lasciarli, per proseguire gli studi o meno, sia per gli studenti universitari che, una volta laureati, devono entrare nel mondo del lavoro. L'obiettivo primario delle stesse è quello di offrire agli studenti, al momento di transizione dalla Scuola superiore all'Università e dall'Università al lavoro, un significativo sostegno per una scelta il più consapevole possibile, in relazione alle attitudini personali, alle aspirazioni personali e familiari e alla realtà produttiva locale, nazionale e internazionale e quindi alle effettive possibilità occupazionali che il mondo del lavoro offre in un determinato momento.

All'interno dell'Ateneo di Modena e Reggio Emilia le attività di orientamento sono svolte, in sinergia, a livello centrale e a livello decentrato: a livello centrale opera una specifica sezione della Direzione Servizi agli Studenti, a livello decentrato dei singoli Dipartimenti agisce il personale della Segreteria didattica-Ufficio coordinamento didattico sotto l'egida di un referente specificatamente nominato (Referente per l'orientamento in entrata, in itinere e in uscita del Dipartimento di Economia Marco Biagi è il Prof. Ennio Lugli).

L'ufficio centralizzato (Servizio di Orientamento allo studio, lavoro e placement) si articola in due sezioni: Orientamento allo Studio e Tutorato e Orientamento al Lavoro e Placement.

L'Ufficio Orientamento allo Studio e Tutorato, attraverso specifici servizi d'informazione e consulenza come lo Sportello Informastudenti e un articolato programma d'iniziativa, si propone di favorire e sviluppare la conoscenza del sistema universitario, per sostenere le scelte degli studenti delle scuole superiori che intendono proseguire gli studi, iscrivendosi a un Corso di Studio universitario.

L'ufficio offre anche attività di orientamento in itinere e di tutorato per gli studenti universitari che necessitano di riesaminare la propria scelta o di aiuto per il superamento di eventuali difficoltà in itinere.

Per il dettaglio dei servizi e delle attività dell'ufficio orientamento allo studio è possibile consultare il sito [www.orientamento.unimore.it](http://www.orientamento.unimore.it).

Le attività di orientamento a livello decentrato trovano realizzazione attraverso la partecipazione attiva del personale Docente e non Docente del Dipartimento alle due iniziative istituzionali di Ateneo: Unimore Orienta, che si svolge nel mese di Febbraio, e Mi piace Unimore, che si svolge nel mese di Luglio. Le due iniziative vertono sulla presentazione agli studenti delle ultime classi delle scuole superiori, dell'offerta formativa del Dipartimento e sull'illustrazione dei possibili sbocchi occupazionali legati ai titoli di studio dei diversi Corsi di laurea.

Iniziativa di orientamento specifiche sono attuate, dal Referente per l'orientamento e la coordinatrice didattica, attraverso incontri presso le Scuole superiori che ne fanno richiesta.

Come ulteriore momento di conoscenza offerto agli 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.

Alle nuove matricole dei Corsi di Laurea triennali è dedicato un giorno di accoglienza prima dell'inizio delle lezioni di ciascun anno accademico: la segreteria didattica del Dipartimento organizza un incontro per presentare i servizi del Dipartimento, dalla Segreteria didattica alla biblioteca del Dipartimento (Biblioteca Sebastiano Brusco), per dare informazioni sui servizi informatici offerti (gestione on-line della carriera universitaria, casella personale di posta elettronica), sull'organizzazione della didattica (calendario accademico) e sulle regole della vita in Dipartimento.

Il personale della Segreteria didattica/Ufficio di coordinamento didattico e dell'Ufficio Stage svolge attraverso il servizio di sportello settimanale una continua attività di orientamento dall'ingresso all'uscita del mondo universitario.

Il Referente all'orientamento in entrata, in itinere, in uscita, di concerto con la coordinatrice didattica e la segreteria didattica, incontra, a richiesta per e-mail, tutti gli studenti che abbiano particolari esigenze o semplicemente necessità di ulteriori chiarimenti e informazioni ad personam.

Dall'anno accademico 2015/16 Il Dipartimento di Economia Marco Biagi ha intrapreso un progetto sperimentale finalizzato al miglioramento della scelta del percorso di studi post diploma da parte degli studenti frequentanti gli ultimi anni delle scuole medie superiori. Il progetto, nella sua fase iniziale, ha coinvolto gli Istituti aventi un'offerta formativa più prossima a quella del Dipartimento. Il progetto consisterebbe nell'offrire migliori informazioni in merito ai corsi di studio di laurea triennale proposti, attraverso la condivisione di materiale didattico, registrazione di lezioni e tutto ciò che si ritenga utile al fine di fornire un quadro

realistico circa le attività didattiche del Dipartimento. Oltre a questo si vorrebbe instaurare un rapporto di scambio d'informazioni tra i docenti del Dipartimento e quelli degli Istituti coinvolti nel progetto, limitatamente a quegli insegnamenti che risultano essere problematici per gli studenti iscritti al primo anno di corso di laurea triennale.

Descrizione link: Sezione del sito di Dipartimento dedicata ai futuri studenti

Link inserito: <http://www.economia.unimore.it/site/home/futuro-studente.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. 24/02/2016

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.

Dall'anno accademico 2015/16 è stato attivato uno specifico Progetto di Tutorato che ha l'obiettivo di prevenire il fenomeno della dispersione al primo anno di corso per i corsi di laurea, che prevede la messa in atto di azioni monitoraggio e supporto alle matricole a partire dal loro ingresso nel mondo universitario. Il Progetto, gestito a livello centrale, vede coinvolti attivamente i Dipartimenti con il Referente all'Orientamento e le Segreterie didattiche.

## QUADRO B5

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

Il corso di studio prevede, all'interno del proprio piano di studio, un periodo di formazione all'esterno, obbligatorio per il conseguimento del titolo di laurea. 22/02/2016

Attraverso lo svolgimento di uno stage presso enti o istituti di ricerca, organizzazioni, aziende e amministrazioni pubbliche, lo studente ha l'opportunità di utilizzare concretamente la preparazione acquisita nel corso dei suoi studi universitari. Inoltre lo stage rappresenta un importante completamento della formazione dello studente e un'opportunità di orientamento al lavoro.

Per garantire allo studente la possibilità di applicare, durante questa esperienza, le conoscenze acquisite nel corso di laurea, lo stage è collocato al termine del percorso di studio; per la sua attivazione occorre infatti che lo studente abbia acquisito almeno 140 crediti formativi universitari sui 180 complessivi necessari al conseguimento della laurea.

La durata dello stage è di almeno 300 ore e permette il conseguimento dei 12 crediti formativi universitari all'interno del proprio piano degli studi. La relazione sullo stage svolto costituisce inoltre la prova finale da presentare per il conseguimento del titolo di laurea.

Lo studente può scegliere di svolgere lo stage in Italia oppure all'estero. La ricerca del partner aziendale e la procedura di attivazione dello stage sono curate dal preposto Ufficio Stage di Dipartimento, che segue lo studente nella gestione amministrativa della procedura.

Gli studenti hanno inoltre la possibilità di assolvere all'obbligo dello stage partecipando al programma Erasmus+ per Traineeship, che consente agli studenti 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. Mediamente, sono circa 30 gli studenti del Dipartimento di Economia Marco Biagi che ogni anno usufruiscono di un finanziamento per uno stage all'estero nel quadro del programma Erasmus+ per Traineeship. Comporta per lo studente il riconoscimento dei crediti formativi universitari previsti nel piano di studi per lo stage.

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

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

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

*I corsi di studio che rilasciano un titolo doppio o multiplo con un Ateneo straniero risultano essere internazionali ai sensi del DM 1059/13.*

Il Dipartimento di Economia Marco Biagi ha stabilito una fitta rete di relazioni internazionali nell'attività di ricerca e collabora con 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>

	<b>Ateneo/i in convenzione</b>	<b>data convenzione</b>	<b>durata convenzione A.A.</b>	<b>titolo</b>
1	Carinthia University of Applied Sciences (Karnten AUSTRIA)	16/12/2013	8	Solo italiano
2	Universiteit Antwerpen (Antwerpen BELGIO)	17/01/2014	8	Solo italiano
3	Katholieke Universiteit Leuven (Leuven BELGIO)	13/02/2014	8	Solo italiano
4	Varna Free University (Varna BULGARIA)	06/06/2014	8	Solo italiano
5	Zagreb School of Economics and Management (Zagabria CROAZIA)	20/12/2013	8	Solo italiano
6	Via University College (Horsens DANIMARCA)	17/12/2014	8	Solo italiano
7	Estonian Business School - Tallinn (Tallinn ESTONIA)	20/12/2013	8	Solo italiano
8	Centria University of Applied Sciences (Kokkola FINLANDIA)	21/05/2014	8	Solo italiano
9	Seinäjoki University of Applied Sciences (Seinäjoki FINLANDIA)	06/02/2014	8	Solo italiano
10	Ecole Supérieure des Sciences Commerciales D'Angers ESSCA (Angers FRANCIA)	28/11/2013	8	Solo italiano
11	Université d'Angers (Angers FRANCIA)	19/12/2014	7	Solo italiano
12	Université Lille I Sciences et Technologies (Lille FRANCIA)	23/05/2014	8	Solo italiano
13	Université de Montpellier I (Montpellier FRANCIA)	23/07/2014	8	Solo italiano
14	ESCE - Parigi (Paris FRANCIA)	12/11/2014	8	Solo italiano
15	NEOMA Business School (Reims FRANCIA)	07/02/2014	8	Solo italiano
16	Fachhochschule Augsburg (Augsburg GERMANIA)	15/01/2014	8	Solo italiano
17	Fachhochschule Augsburg (Augsburg GERMANIA)	27/01/2015	3	Doppio
18	Hochschule für Technik und Wirtschaft (HTW) Berlin - University of Applied Sciences (Berlin GERMANIA)	18/09/2014	8	Solo italiano



19	Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt (Eichstätt GERMANIA)	27/11/2013	8	Solo italiano
20	Justus Liebig Universität (Giessen GERMANIA)	16/12/2013	8	Solo italiano
21	Universität Kassel (Kassel GERMANIA)	17/01/2014	8	Solo italiano
22	University of Postdam (Postdam GERMANIA)	25/11/2013	8	Solo italiano
23	Viesoji istaiga Klaipedos Socialiniu Mokslu Kolegija - Klaipeda (Klaipeda LITUANIA)	16/12/2013	8	Solo italiano
24	Molde University College (Molde NORVEGIA)	06/12/2013	8	Solo italiano
25	Inholland University - Rotterdam (Rotterdam OLANDA)	11/06/2014	8	Solo italiano
26	Akademia Polonijna w Czestochowie (Częstochowa POLONIA)	16/12/2013	8	Solo italiano
27	Poltytechnic Institute of Cavado and Ave (Barcelos PORTOGALLO)	17/01/2014	7	Solo italiano
28	Universidade de Coimbra (Coimbra PORTOGALLO)	14/01/2014	7	Solo italiano
29	Instituto Universitario de Lisboa (ISCTE-IUL) (Lisbona PORTOGALLO)	14/01/2014	7	Solo italiano
30	Instituto Politécnico do Porto (Porto PORTOGALLO)	22/01/2014	8	Solo italiano
31	University of Strathclyde (Glasgow REGNO UNITO)	13/05/2014	6	Solo italiano
32	Ceska Zemedelska Univerzita V (Prague REPUBBLICA CECA)	10/01/2014	8	Solo italiano
33	Universitatea din București (Bucureti ROMANIA)	23/05/2014	8	Solo italiano
34	University "Stefan Cel Mare" Suceava (Suceava ROMANIA)	20/11/2013	8	Solo italiano
35	Universidad de Almeria (Almeria SPAGNA)	17/01/2014	8	Solo italiano
36	Universitat Pompeu Fabra (Barcelona SPAGNA)	06/12/2013	8	Solo italiano
37	Universidad de Cádiz (Cadice SPAGNA)	14/02/2014	8	Solo italiano
38	Universidad 'Jaume I' de Castellon (Castelló De La Plana SPAGNA)	11/04/2014	8	Solo italiano
39	Universidad 'Jaume I' de Castellon (Castelló De La Plana SPAGNA)	11/09/2014	5	Doppio

40	Universidad de Granada (Granada SPAGNA)	18/11/2013	7	Solo italiano
41	Universidad de Jaen (Jaen SPAGNA)	17/11/2014	8	Solo italiano
42	Universidad de A Coruña (La Coruna SPAGNA)	03/12/2014	8	Solo italiano
43	Universidad de La Laguna (La Laguna (Tenerife) SPAGNA)	08/05/2014	8	Solo italiano
44	Universidad de La Rioja (La Rioja SPAGNA)	04/12/2013	8	Solo italiano
45	Universidad de Las Palmas de Gran Canaria (Las Palmas De Gran Canaria SPAGNA)	08/05/2014	8	Solo italiano
46	Universidad Carlos III (Madrid SPAGNA)	27/11/2013	8	Solo italiano
47	Universidad Rey Juan Carlos (Madrid SPAGNA)	04/12/2013	8	Solo italiano
48	Universidad San Pablo CEU (Madrid SPAGNA)	27/03/2014	8	Solo italiano
49	Universidad de Oviedo (Oviedo SPAGNA)	19/12/2013	8	Solo italiano
50	Universidade de Santiago de Compostela (Santiago De Compostela SPAGNA)	03/12/2013	8	Solo italiano
51	Universitat Rovira I Virgili (Tarragona SPAGNA)	11/11/2013	8	Solo italiano
52	Universidad de Zaragoza (Zaragoza SPAGNA)	15/01/2014	8	Solo italiano
53	Högskolan Dalarna (Falun SVEZIA)	16/12/2013	8	Solo italiano
54	Hogskolan Kristianstad (Kristianstad SVEZIA)	03/12/2013	8	Solo italiano
55	Hochschule Lucerne University - Wirtschaft (Luzern SVIZZERA)	21/02/2014	8	Solo italiano
56	Zurcher Hochschule Winterthur (Winterthur SVIZZERA)	10/01/2014	8	Solo italiano
57	ESSCA - sede di Budapest (Budapest UNGHERIA)	28/11/2013	8	Solo italiano

I laureandi e i laureati del corso, in qualità di studenti Unimore, possono rivolgersi all'Ufficio Orientamento allo Studio, Lavoro e Placement ([www.orientamento.unimore.it/site/home/orientamento-al-lavoro-e-placement.html](http://www.orientamento.unimore.it/site/home/orientamento-al-lavoro-e-placement.html)), che mette in atto diverse strategie mirate alla conoscenza del mercato del lavoro e a favorire l'incontro fra domanda e offerta di lavoro.

Al fine di promuovere l'inserimento lavorativo dei neolaureati UNIMORE, compresi quelli del Dipartimento di Economia Marco Biagi, il predetto ufficio:

- organizza periodicamente incontri con le imprese;
  - offre servizi di orientamento sia individuale che di gruppo, tesi alla conoscenza delle principali tecniche di ricerche attiva del lavoro, all'elaborazione del proprio progetto professionale e alla revisione del proprio curriculum vitae;
  - pubblica offerte di lavoro e di tirocinio su una bacheca telematica e cura il servizio di consultazione gratuita dei CV dei laureati Unimore, a disposizione di Aziende/Enti/Organizzazioni per le finalità di selezione del personale e di avviamento all'occupazione.
- L'ufficio, infine, segue l'organizzazione di Morejobs, il Career Day di Unimore, che per l'edizione del 2016 si svolgerà presso la sede del Dipartimento di Economia Marco Biagi.

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 dove enti e imprese possono pubblicare gratuitamente annunci di lavoro indirizzati ai laureati del Dipartimento di Economia.

Anche a livello di Dipartimento sono inoltre organizzate presentazioni aziendali o incontri specifici con testimoni significativi del mondo del lavoro sia per finalità di selezione ed inserimento del personale, che per orientare le scelte professionali dei laureandi/laureati del corso di studio.

Il Dipartimento di Economia Marco Biagi, tramite il proprio ufficio stage, promuove infine l'attivazione di tirocini extra-curricolari per i propri laureati entro 12 mesi dal conseguimento del titolo di studio accademico, attraverso la gestione amministrativa dell'intera procedura.

Descrizione link: Bacheca delle offerte di lavoro per neolaureati del Dipartimento di Economia Marco Biagi

Link inserito: <http://www.economia.unimore.it/site/home/enti-e-imprese/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](http://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 attrezzature 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 attese 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

24/09/2015

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 riscrittura 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.

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 <sup>24/09/2015</sup> 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

14/03/2016

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 maggio 2016 si intende promuovere presso le imprese il profilo professionale dei laureati in Economia e Marketing Internazionale. Questa attività prevede diverse sotto-scadenze: entro marzo 2016 saranno predisposte le schede di presentazione e illustrato il progetto al comitato d'indirizzo; entro aprile 2016 saranno contattate le aziende, anche in ottica di una loro partecipazione al Career Day; entro maggio 2016 sarà inviato alle aziende interessate il materiale predisposto e saranno organizzati incontri fra studenti/laureati ed imprese in occasione del Career Day.

- Entro giugno 2016 si intende monitorare la qualità della didattica espressa dagli studenti attraverso i relativi questionari di valutazione. Tale attività prevede l'individuazione di indicatori per una valutazione comparata, e successivamente l'invio dei risultati ai docenti per una discussione collegiale ed eventuali colloqui individuali nel caso di situazioni particolarmente critiche.

- Entro giugno 2016 sarà conclusa un'analisi finalizzata ad indagare le cause che hanno portato ad una diminuzione del tasso di frequenza alle lezioni per alcuni corsi. In particolare, la valutazione riguarderà l'impatto sulla frequenza della registrazione audio video delle lezioni.

- Entro ottobre 2016 si prevede di completare un percorso di sostegno nei confronti degli studenti stranieri iscritti al corso; tale percorso si articola nelle seguenti fasi con relative scadenze: individuazione degli studenti in difficoltà entro marzo 2016, colloqui individuali entro aprile 2016, ricorso al servizio di Counseling interno entro maggio 2016, predisposizione di adeguati supporti didattici e conclusione del progetto entro ottobre 2016.

- Entro novembre 2016 il corso intende concludere un'indagine volta al potenziamento degli insegnamenti di secondo livello per le

seconde lingue (francese, tedesco, spagnolo).

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



## Informazioni generali sul Corso di Studi

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

## Corsi interateneo

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

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

*Un corso interateneo può coinvolgere solo atenei italiani, oppure atenei italiani e atenei stranieri. In questo ultimo caso il corso di studi risulta essere internazionale ai sensi del DM 1059/13.*

*Corsi di studio erogati integralmente da un Ateneo italiano, anche in presenza di convenzioni con uno o più Atenei stranieri che, disciplinando essenzialmente programmi di mobilità internazionale degli studenti (generalmente in regime di scambio), prevedono il rilascio agli studenti interessati anche di un titolo di studio rilasciato da Atenei stranieri, non sono corsi interateneo. In questo*

caso le relative convenzioni non devono essere inserite qui ma nel campo "Assistenza e accordi per la mobilità internazionale degli studenti" del quadro B5 della scheda SUA-CdS.

Per i corsi interateneo, in questo campo devono essere indicati quali sono gli Atenei coinvolti, ed essere inserita la convenzione che regola, fra le altre cose, la suddivisione delle attività formative del corso fra di essi.

Qualsiasi intervento su questo campo si configura come modifica di ordinamento. In caso nella scheda SUA-CdS dell'A.A. 14-15 siano state inserite in questo campo delle convenzioni non relative a corsi interateneo, tali convenzioni devono essere spostate nel campo "Assistenza e accordi per la mobilità internazionale degli studenti" del quadro B5. In caso non venga effettuata alcuna altra modifica all'ordinamento, è sufficiente indicare nel campo "Comunicazioni dell'Ateneo al CUN" l'informazione che questo spostamento è l'unica modifica di ordinamento effettuata quest'anno per assicurare l'approvazione automatica dell'ordinamento da parte del CUN.

Non sono presenti atenei in convenzione

## Docenti di altre Università

Corso internazionale: nota del MIUR

## Referenti e Strutture

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

## Docenti di Riferimento

N.	COGNOME	NOME	SETTORE	QUALIFICA	PESO	TIPO SSD	Incarico didattico
1.	BERTOLINI	Paola	SECS-P/02	PA	1	Base/Caratterizzante	1. Economia internazionale 2. Integrazione europea e politiche comunitarie
2.	BROMWICH	William John	L-LIN/12	RU	1	Affine	1. Lingua inglese - I parte 2. Lingua inglese - II parte
3.	GIUNTINI	Andrea	SECS-P/12	PA	1	Base	1. Storia economica
4.	GRAPPI	Silvia	SECS-P/08	PA	1	Base/Caratterizzante	1. Ricerca di marketing

5.	MARCHI	Gianluca	SECS-P/08	PO	1	Base/Caratterizzante	1. Economia e gestione delle imprese
6.	MORLINI	Isabella	SECS-S/01	PA	1	Base/Caratterizzante	1. Statistica
7.	NARDIN	Giuseppe	SECS-P/08	PO	1	Base/Caratterizzante	1. Marketing
8.	RIBBA	Antonio	SECS-P/02	PA	1	Base/Caratterizzante	1. Introduzione alla macroeconomia
9.	VIGNOLA	Marina	SECS-P/08	RU	1	Base/Caratterizzante	1. Marketing internazionale I

requisito di docenza (numero e tipologia) verificato con successo!

requisito di docenza (incarico didattico) verificato con successo!

## Rappresentanti Studenti

COGNOME	NOME	EMAIL	TELEFONO
Bergamaschi	Chiara	203154@studenti.unimore.it	
Binini	Pier Giacomo	191627@studenti.unimore.it	
Slamnik	Haris	187317@studenti.unimore.it	
Zannini	Maddalena	187439@studenti.unimore.it	

## Gruppo di gestione AQ

COGNOME	NOME
Bergamaschi	Chiara
Binini	Pier Giacomo
Giovannetti	Enrico
Liverani	Lara
Marchi	Gianluca
Nardin	Giuseppe
Previdi	Gianni

Slamnik	Haris
Zannini	Maddalena

## Tutor

COGNOME	NOME	EMAIL
MARTINELLI	Elisa	
GRAPPI	Silvia	

## Programmazione degli accessi

Programmazione nazionale (art.1 Legge 264/1999)	No
Programmazione locale (art.2 Legge 264/1999)	Si - Posti: 230

### Requisiti per la programmazione locale

La programmazione locale è stata deliberata su proposta della struttura di riferimento del: 04/02/2016

- E' obbligatorio il tirocinio didattico presso strutture diverse dall'ateneo

## Sedi del Corso

<b>Sede del corso: Berengario 51 41121 - MODENA</b>	
Organizzazione della didattica	semestrale
Modalità di svolgimento degli insegnamenti	convenzionale
Data di inizio dell'attività didattica	26/09/2016
Utenza sostenibile ( <b>immatricolati previsti</b> )	230

## Eventuali Curriculum

Non sono previsti curricula





## Altre Informazioni

<b>Codice interno all'ateneo del corso</b>	50-211^2015^PDS0-2015^171
<b>Massimo numero di crediti riconoscibili</b>	12 DM 16/3/2007 Art 4 <a href="#">Nota 1063 del 29/04/2011</a>
<b>Corsi della medesima classe</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Economia aziendale <i>approvato con D.M. del 19/04/2010</i></li><li>• MARKETING E ORGANIZZAZIONE D'IMPRESA</li></ul>
<b>Numero del gruppo di affinità</b>	1

## Date delibere di riferimento

<b>Data del DR di emanazione dell'ordinamento didattico</b>	22/07/2015
Data di approvazione della struttura didattica	12/02/2015
Data di approvazione del senato accademico/consiglio di amministrazione	20/02/2015
Data della relazione tecnica del nucleo di valutazione	25/01/2010
Data della consultazione con le organizzazioni rappresentative a livello locale della produzione, servizi, professioni	26/01/2009 -
Data del parere favorevole del Comitato regionale di Coordinamento	

## Sintesi della relazione tecnica del nucleo di valutazione

La denominazione del Corso è chiara e comprensibile dagli studenti.

Le parti sociali sono state consultate e la continuità dei rapporti è stata assicurata tramite l'istituzione di un Comitato di Indirizzo. Gli obiettivi formativi specifici sono descritti in modo dettagliato così come le modalità e gli strumenti didattici e di verifica utilizzati. Le conoscenze per l'accesso sono precisate in modo sufficientemente chiaro e verificate mediante un test che non preclude l'iscrizione ma può comportare l'attribuzione di obblighi formativi aggiuntivi da soddisfare entro il primo anno di corso. La progettazione è stata eseguita in modo corretto. Le risorse di docenza sono adeguate e la disponibilità di aule e laboratori risulta commisurata al numero di iscritti. Gli sbocchi professionali sono indicati con precisione.

Requisiti di efficienza: il numero medio annuo di crediti acquisiti per studente nel corso attivo nel precedente anno è nella media dell' Ateneo. Il personale docente della Facoltà risulta efficientemente utilizzato. Il tasso di abbandono tra il primo e il secondo anno è diminuito negli ultimi anni. Il livello di soddisfazione manifestato dagli studenti mediante la risposta al questionario di



valutazione della didattica risulta abbastanza buono e costante nel tempo.

## Relazione Nucleo di Valutazione per accreditamento

*La relazione completa del NdV necessaria per la procedura di accreditamento dei corsi di studio di nuova attivazione deve essere inserita nell'apposito spazio all'interno della scheda SUA-CdS denominato "Relazione Nucleo di Valutazione per accreditamento" entro la scadenza del 15 marzo. La relazione del Nucleo può essere redatta seguendo i criteri valutativi, di seguito riepilogati, dettagliati nelle linee guida ANVUR per l'accREDITAMENTO iniziale dei Corsi di Studio di nuova attivazione, consultabili sul sito dell'ANVUR*

[Linee guida per i corsi di studio non telematici](#)

[Linee guida per i corsi di studio telematici](#)

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

La denominazione del Corso è chiara e comprensibile dagli studenti.

Le parti sociali sono state consultate e la continuità dei rapporti è stata assicurata tramite l'istituzione di un Comitato di Indirizzo. Gli obiettivi formativi specifici sono descritti in modo dettagliato così come le modalità e gli strumenti didattici e di verifica utilizzati. Le conoscenze per l'accesso sono precisate in modo sufficientemente chiaro e verificate mediante un test che non preclude l'iscrizione ma può comportare l'attribuzione di obblighi formativi aggiuntivi da soddisfare entro il primo anno di corso. La progettazione è stata eseguita in modo corretto. Le risorse di docenza sono adeguate e la disponibilità di aule e laboratori risulta commisurata al numero di iscritti. Gli sbocchi professionali sono indicati con precisione.

Requisiti di efficienza: il numero medio annuo di crediti acquisiti per studente nel corso attivo nel precedente anno è nella media dell'Ateneo. Il personale docente della Facoltà risulta efficientemente utilizzato. Il tasso di abbandono tra il primo e il secondo anno è diminuito negli ultimi anni. Il livello di soddisfazione manifestato dagli studenti mediante la risposta al questionario di valutazione della didattica risulta abbastanza buono e costante nel tempo.

## Motivi dell'istituzione di più corsi nella classe

L'offerta formativa della Facoltà nella classe 18 si articola nei 2 corsi di laurea CLEA, Corso di laurea in Economia Aziendale e CLEMI, corso di laurea in Economia e Marketing Internazionale.

I due corsi sono connotati da specifici profili e obiettivi formativi che si traducono in significative differenze del peso attribuito ai diversi settori scientifico-disciplinari.

In particolare il CLEA ha l'obiettivo di formare laureati che dispongono delle competenze manageriali necessarie per l'avvio di una carriera nell'ambito della direzione di imprese o altri enti e organizzazioni e che sono in grado di affrontare i problemi aziendali con visione globale, interdisciplinare ed integrata. Il percorso formativo è strutturato per sviluppare, anche in funzione del

curriculum scelto, competenze più specifiche nel campo dell'amministrazione, del controllo, della finanza e dell'organizzazione delle imprese, della gestione degli intermediari finanziari e dell'operatività dei mercati finanziari, della gestione e del controllo delle aziende pubbliche, delle aziende cooperative e delle imprese che operano nel terzo settore, ovvero le imprese sociali, volte alla produzione di beni e servizi pubblici.

Dal canto suo il CLEMI muove dalla volontà di rispondere ad uno specifico fabbisogno formativo profondamente avvertito nel territorio emiliano-romagnolo, così come in altre aree del Paese caratterizzate da sistemi diffusi di piccola-media impresa a forte vocazione internazionale. L'esigenza è di dotare i laureati non solo di solide basi aziendali ed economiche, ma anche di arricchire i profili formativi con competenze specifiche utili ad operare in imprese e organizzazioni impegnate quotidianamente nei mercati esteri; ed, in particolare, di fondare i percorsi di apprendimento su una base più ampia di competenze di marketing internazionale, essenziali per gestire relazioni plurime e complesse con clienti e consumatori esteri, spesso operanti in aree di mercato distanti sul piano geografico e culturale. Di qui il peso specifico e caratteristico che nel profilo del laureato CLEMI assumono le conoscenze di più lingue straniere, di marketing e marketing internazionale e di economia internazionale.

Tutto ciò, oltre al consistente afflusso di iscrizioni registrate dai corsi CLEA e CLEMI con gli ordinamenti ex 509 (rispettivamente 332 e 357 nell'a.a. 2008-09), conforta la Facoltà nel ritenere ampiamente motivata la scelta di istituzione di 2 corsi di laurea nella classe L-18.

Va infine notato che la specificità dei contenuti e degli obiettivi formativi del CLEMI, la sua acquisita reputazione nel sistema scolastico e in quello economico regionali, concorrono a motivare la scelta di confermarne il nome nel nuovo ordinamento.

## Sintesi del parere del comitato regionale di coordinamento

Offerta didattica erogata

	coorte	CUIN	insegnamento	settori insegnamento	docente	settore docente	ore di didattica assistita
1	2014	171603693	<b>Diritto dell'Unione Europea - I parte</b> (modulo di Diritto dell'Unione Europea)	IUS/14	Salvatore ALOISIO <i>Ricercatore</i> <i>Università degli Studi di MODENA e REGGIO EMILIA</i>	IUS/09	24
2	2014	171603692	<b>Diritto dell'Unione Europea - II parte</b> (modulo di Diritto dell'Unione Europea)	IUS/14	Simone SCAGLIARINI <i>Ricercatore</i> <i>Università degli Studi di MODENA e REGGIO EMILIA</i>	IUS/09	24
3	2015	171602024	<b>Diritto privato e commerciale - I parte</b> (modulo di Diritto privato e commerciale)	IUS/05	Francesco BASENGHI <i>Prof. Ia fascia</i> <i>Università degli Studi di MODENA e REGGIO EMILIA</i>	IUS/07	48
4	2015	171602023	<b>Diritto privato e commerciale - II parte</b> (modulo di Diritto privato e commerciale)	IUS/04	Simonetta COTTERLI <i>Ricercatore</i> <i>Università degli Studi di MODENA e REGGIO EMILIA</i>	IUS/04	48
5	2016	171602860	<b>Diritto pubblico</b>	IUS/09	Roberto PINARDI <i>Prof. Ia fascia</i> <i>Università degli Studi di MODENA e REGGIO EMILIA</i>	IUS/09	48
6	2016	171602871	<b>Economia aziendale - I parte</b> (modulo di Economia aziendale)	SECS-P/07	Carlo BRUGNOLI <i>Prof. Ia fascia</i> <i>Università degli Studi di MODENA e REGGIO EMILIA</i>	SECS-P/07	48
7	2016	171602869	<b>Economia aziendale - II parte</b> (modulo di Economia aziendale)	SECS-P/07	Ulpiana KOCOLLARI <i>Ricercatore a t.d.</i> <i>(art. 24 c.3-b L. 240/10)</i> <i>Università degli Studi di MODENA e REGGIO EMILIA</i>	SECS-P/07	48
8	2015	171602025	<b>Economia degli intermediari finanziari</b>	SECS-P/11	Andrea FERRARI <i>Prof. Ia fascia</i> <i>Università degli</i>	SECS-P/11	72

		(con elementi di finanza)		<i>Studi di MODENA e REGGIO EMILIA</i>		
				<b>Docente di riferimento</b>		
9	2016	171602876	<b>Economia e gestione delle imprese</b>	SECS-P/08	Gianluca MARCHI <i>Prof. Ia fascia</i> <i>Università degli Studi di MODENA e REGGIO EMILIA</i>	SECS-P/08 48
10	2014	171601006	<b>Economia e istituzioni dei distretti industriali</b>	SECS-P/02	Fittizio DOCENTE	48
11	2014	171601008	<b>Economia e istituzioni dei distretti industriali</b>	SECS-P/02	Margherita RUSSO <i>Prof. Ia fascia</i> <i>Università degli Studi di MODENA e REGGIO EMILIA</i>	SECS-P/02 48
					<b>Docente di riferimento</b>	
12	2014	171601011	<b>Economia internazionale</b>	SECS-P/02	Paola BERTOLINI <i>Prof. IIa fascia</i> <i>Università degli Studi di MODENA e REGGIO EMILIA</i>	SECS-P/02 48
13	2014	171601011	<b>Economia internazionale</b>	SECS-P/02	Fittizio DOCENTE	20
14	2016	171602886	<b>Informatica (idoneità)</b>	INF/01	Stefano BORDONI <i>Ricercatore</i> <i>Università degli Studi di MODENA e REGGIO EMILIA</i>	SECS-S/06 24
15	2016	171602887	<b>Informatica (idoneità)</b>	INF/01	Stefano BORDONI <i>Ricercatore</i> <i>Università degli Studi di MODENA e REGGIO EMILIA</i>	SECS-S/06 24
					<b>Docente di riferimento</b>	
16	2014	171603045	<b>Integrazione europea e politiche comunitarie</b>	SECS-P/02	Paola BERTOLINI <i>Prof. IIa fascia</i> <i>Università degli Studi di MODENA e REGGIO EMILIA</i>	SECS-P/02 48
					<b>Docente di riferimento</b>	
17	2015	171602028	<b>Introduzione alla macroeconomia</b>	SECS-P/02	Antonio RIBBA <i>Prof. IIa fascia</i> <i>Università degli Studi di MODENA e REGGIO EMILIA</i>	SECS-P/02 72
			<b>Introduzione alla</b>		Enrico GIOVANNETTI <i>Prof. IIa fascia</i>	

18	2016	171602892	<b>microeconomia</b>	SECS-P/01	<i>Università degli Studi di MODENA e REGGIO EMILIA</i>	SECS-P/02	72
19	2015	171602029	<b>Lingua francese I</b>	L-LIN/04	Fittizio DOCENTE		48
20	2014	171603698	<b>Lingua francese II</b>	L-LIN/04	Fittizio DOCENTE		18
					<b>Docente di riferimento</b>		
					William John BROMWICH		
21	2016	171602897	<b>Lingua inglese - I parte</b> (modulo di Lingua inglese (idoneità))	L-LIN/12	<i>Ricercatore Università degli Studi di MODENA e REGGIO EMILIA</i>	L-LIN/12	24
					<b>Docente di riferimento</b>		
					William John BROMWICH		
22	2016	171603700	<b>Lingua inglese - II parte</b> (modulo di Lingua inglese (idoneità))	L-LIN/12	<i>Ricercatore Università degli Studi di MODENA e REGGIO EMILIA</i>	L-LIN/12	24
23	2014	171601017	<b>Lingua inglese II</b>	L-LIN/12	Fittizio DOCENTE		72
24	2015	171602030	<b>Lingua spagnola I</b>	L-LIN/07	Fittizio DOCENTE		48
25	2014	171603701	<b>Lingua spagnola II</b>	L-LIN/07	Fittizio DOCENTE		18
					Cesare GIACOBAZZI		
26	2015	171602106	<b>Lingua tedesca I</b>	L-LIN/14	<i>Prof. IIa fascia Università degli Studi di MODENA e REGGIO EMILIA</i>	L-LIN/13	48
					Vincenzo GANNUSCIO		
27	2014	171603702	<b>Lingua tedesca II</b>	L-LIN/14	<i>Ricercatore a t.d. (art. 24 c.3-b L. 240/10) Università degli Studi di MODENA e REGGIO EMILIA</i>	L-LIN/14	18
					<b>Docente di riferimento</b>		
					Giuseppe NARDIN		
28	2015	171602031	<b>Marketing</b>	SECS-P/08	<i>Prof. Ia fascia Università degli Studi di MODENA e REGGIO EMILIA</i>	SECS-P/08	72
					<b>Docente di riferimento</b>		
					Marina VIGNOLA		
29	2014	171601019	<b>Marketing internazionale I</b>	SECS-P/08	<i>Ricercatore Università degli</i>	SECS-P/08	48

30	2014	171601020	<b>Marketing internazionale II</b>	SECS-P/08	<i>Studi di MODENA e REGGIO EMILIA</i> Tiziano BURSI <i>Prof. Ia fascia</i> <i>Università degli Studi di MODENA e REGGIO EMILIA</i>	SECS-P/08	48
31	2016	171602911	<b>Matematica e matematica finanziaria - I parte</b> (modulo di Matematica e matematica finanziaria)	SECS-S/06	Fittizio DOCENTE		48
32	2016	171602907	<b>Matematica e matematica finanziaria - II parte</b> (modulo di Matematica e matematica finanziaria)	SECS-S/06	Fittizio DOCENTE		20
33	2016	171602907	<b>Matematica e matematica finanziaria - II parte</b> (modulo di Matematica e matematica finanziaria)	SECS-S/06	Silvia MUZZIOLI <i>Prof. IIa fascia</i> <i>Università degli Studi di MODENA e REGGIO EMILIA</i>	SECS-S/06	48
34	2014	171601023	<b>Organizzazione aziendale</b>	SECS-P/10	Luigi Enrico GOLZIO <i>Prof. Ia fascia</i> <i>Università degli Studi di MODENA e REGGIO EMILIA</i>	SECS-P/10	48
35	2014	171601026	<b>Ricerca di marketing</b>	SECS-P/08	<b>Docente di riferimento</b> Silvia GRAPPI <i>Prof. IIa fascia</i> <i>Università degli Studi di MODENA e REGGIO EMILIA</i>	SECS-P/08	48
36	2015	171602037	<b>Scienza delle finanze</b>	SECS-P/03	Massimo BALDINI <i>Prof. IIa fascia</i> <i>Università degli Studi di MODENA e REGGIO EMILIA</i>	SECS-P/03	48
37	2015	171602037	<b>Scienza delle finanze</b>	SECS-P/03	Fittizio DOCENTE		30
38	2015	171602038	<b>Statistica</b>	SECS-S/01	<b>Docente di riferimento</b> Isabella MORLINI <i>Prof. IIa fascia</i> <i>Università degli Studi di MODENA e REGGIO EMILIA</i> <b>Docente di riferimento</b> Andrea GIUNTINI	SECS-S/01	72

39 2016 171602927 **Storia economica**

SECS-P/12

*Prof. IIa fascia  
Università degli  
Studi di MODENA e  
REGGIO EMILIA*

SECS-P/12 **48**

ore totali 1708

## Offerta didattica programmata

<b>Attività di base</b>	<b>settore</b>	<b>CFU Ins</b>	<b>CFU Off</b>	<b>CFU Rad</b>
Economico	SECS-P/01 Economia politica <i>Introduzione alla microeconomia (1 anno) - 9 CFU</i>	15	15	15 - 21
	SECS-P/12 Storia economica <i>Storia economica (1 anno) - 6 CFU</i>			
Aziendale	SECS-P/11 Economia degli intermediari finanziari <i>Economia degli intermediari finanziari (con elementi di finanza) (2 anno) - 9 CFU</i>	9	9	9 - 12
Statistico-matematico	SECS-S/01 Statistica <i>Statistica (2 anno) - 9 CFU</i>	9	9	6 - 12
Giuridico	IUS/09 Istituzioni di diritto pubblico <i>Diritto pubblico (1 anno) - 6 CFU</i>	6	6	6 - 6
<b>Minimo di crediti riservati dall'ateneo: - (minimo da D.M. 28)</b>				
<b>Totale attività di Base</b>			39	36 - 51
<b>Attività caratterizzanti</b>	<b>settore</b>	<b>CFU Ins</b>	<b>CFU Off</b>	<b>CFU Rad</b>
Aziendale	SECS-P/10 Organizzazione aziendale <i>Organizzazione aziendale (3 anno) - 6 CFU</i>	57	39	33 - 45
	SECS-P/08 Economia e gestione delle imprese <i>Economia e gestione delle imprese (1 anno) - 6 CFU</i> <i>Marketing (2 anno) - 9 CFU</i>			
	<i>Marketing internazionale I (3 anno) - 6 CFU</i>			
	<i>Marketing internazionale II (3 anno) - 6 CFU</i>			
	<i>Ricerca di marketing (3 anno) - 6 CFU</i>			
Economico	SECS-P/07 Economia aziendale <i>Economia aziendale (1 anno) - 12 CFU</i> <i>Programmazione e controllo (3 anno) - 6 CFU</i>	27	27	21 - 33
	SECS-P/03 Scienza delle finanze <i>Scienza delle finanze (2 anno) - 6 CFU</i>			
	SECS-P/02 Politica economica <i>Introduzione alla macroeconomia (2 anno) - 9 CFU</i> <i>Economia e istituzioni dei distretti industriali (3 anno) - 6 CFU</i>			



*Economia internazionale (3 anno) - 6 CFU*

Statistico-matematico	SECS-S/06 Metodi matematici dell'economia e delle scienze attuariali e finanziarie	12	12	12 - 15
	<i>Matematica e matematica finanziaria (1 anno) - 12 CFU</i>			
Giuridico	IUS/05 Diritto dell'economia			
	<i>Diritto privato e commerciale - I parte (2 anno) - 6 CFU</i>	12	12	12 - 18
	IUS/04 Diritto commerciale			
	<i>Diritto privato e commerciale - II parte (2 anno) - 6 CFU</i>			

**Minimo di crediti riservati dall'ateneo: - (minimo da D.M. 62)**

<b>Totale attività caratterizzanti</b>		90	78 - 111
--	--	----	----------

**Attività formative affini o integrative** **CFU** **CFU Rad**

intervallo di crediti da assegnarsi complessivamente all'attività (minimo da D.M. 18) 18 18 - 27

**A11** 0 - 0 0 - 3

L-LIN/04 - Lingua e traduzione - lingua francese  
*Lingua francese I (2 anno) - 6 CFU*

L-LIN/07 - Lingua e traduzione - lingua spagnola  
*Lingua spagnola I (2 anno) - 6 CFU*

**A12** L-LIN/12 - Lingua e traduzione - lingua inglese 18 - 18 18 - 24

*Lingua inglese - I parte (1 anno) - 3 CFU*

*Lingua inglese II (3 anno) - 9 CFU*

L-LIN/14 - Lingua e traduzione - lingua tedesca  
*Lingua tedesca I (2 anno) - 6 CFU*

**Totale attività Affini** 18 18 - 27

**Altre attività** **CFU** **CFU Rad**

A scelta dello studente 12 12 - 12

Per la prova finale e la lingua straniera (art. 10, comma 5, lettera c)	Per la prova finale	3	3 - 3
	Per la conoscenza di almeno una lingua straniera	3	3 - 3

Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. c -

Ulteriori conoscenze linguistiche - -

Abilità informatiche e telematiche 3 3 - 3

Ulteriori attività formative (art. 10, comma 5, lettera d) Tirocini formativi e di orientamento 12 0 - 12

Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro 0 0 - 12

Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. d

Per stages e tirocini presso imprese, enti pubblici o privati, ordini professionali - -

**Totale Altre Attività**

33 21 -  
45

**CFU totali per il conseguimento del titolo 180**

**CFU totali inseriti** 180 153 - 234



## Attività di base

ambito disciplinare	settore	CFU		minimo da D.M. per l'ambito
		min	max	
Economico	SECS-P/01 Economia politica SECS-P/12 Storia economica	15	21	8
Aziendale	SECS-P/08 Economia e gestione delle imprese SECS-P/11 Economia degli intermediari finanziari	9	12	8
Statistico-matematico	SECS-S/01 Statistica SECS-S/03 Statistica economica	6	12	6
Giuridico	IUS/01 Diritto privato IUS/09 Istituzioni di diritto pubblico	6	6	6
<b>Minimo di crediti riservati dall'ateneo</b> minimo da D.M. 28:		-		
<b>Totale Attività di Base</b>				36 - 51

## Attività caratterizzanti

ambito disciplinare	settore	CFU		minimo da D.M. per l'ambito
		min	max	
Aziendale	SECS-P/07 Economia aziendale SECS-P/08 Economia e gestione delle imprese SECS-P/09 Finanza aziendale SECS-P/10 Organizzazione aziendale	33	45	32
Economico	SECS-P/01 Economia politica SECS-P/02 Politica economica SECS-P/03 Scienza delle finanze SECS-P/06 Economia applicata	21	33	8
	SECS-S/03 Statistica economica			

Statistico-matematico	SECS-S/06 Metodi matematici dell'economia e delle scienze attuariali e finanziarie	12	15	10
Giuridico	IUS/04 Diritto commerciale IUS/05 Diritto dell'economia IUS/14 Diritto dell'unione europea	12	18	12
<b>Minimo di crediti riservati dall'ateneo</b> minimo da D.M. 62:		-		
<b>Totale Attività Caratterizzanti</b>		78 - 111		

## Attività affini

ambito: Attività formative affini o integrative		CFU	
intervallo di crediti da assegnarsi complessivamente all'attività ( <b>minimo da D.M. 18</b> )		18	27
<b>A11</b>	ING-INF/05 - Sistemi di elaborazione delle informazioni	0	3
<b>A12</b>	L-LIN/04 - Lingua e traduzione - lingua francese	18	24
	L-LIN/07 - Lingua e traduzione - lingua spagnola		
	L-LIN/12 - Lingua e traduzione - lingua inglese		
	L-LIN/14 - Lingua e traduzione - lingua tedesca		
	L-OR/21 - Lingue e Letterature della Cina e dell'Asia sud-orientale		
<b>Totale Attività Affini</b>		18 - 27	

## Altre attività

ambito disciplinare		CFU min	CFU max
A scelta dello studente		12	12
Per la prova finale e la lingua straniera (art. 10, comma 5, lettera c)	Per la prova finale	3	3
	Per la conoscenza di almeno una lingua straniera	3	3

Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. c	-	
	Ulteriori conoscenze linguistiche	- -
	Abilità informatiche e telematiche	3 3
Ulteriori attività formative (art. 10, comma 5, lettera d)	Tirocini formativi e di orientamento	0 12
	Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro	0 12
Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. d		
Per stages e tirocini presso imprese, enti pubblici o privati, ordini professionali	-	-
<b>Totale Altre Attività</b>		<b>21 - 45</b>

## Riepilogo CFU

<b>CFU totali per il conseguimento del titolo</b>	<b>180</b>
Range CFU totali del corso	153 - 234

## Comunicazioni dell'ateneo al CUN

## Note relative alle attività di base

## Note relative alle altre attività

La competenza linguistica viene assicurata attraverso l'insegnamento della lingua inglese nel primo anno di corso e la verifica delle abilità acquisite tramite una prova d'idoneità.

I laureandi svolgono di norma un tirocinio. Poiché si tratta di un momento di grande rilievo ai fini formativi, sono previsti per questa attività 12 CFU.

La Facoltà ha una rete di rapporti consolidati con le imprese, sia locali sia di altri territori ed estere, il che consente di offrire a tutti

gli studenti questa opportunità (che di fatto per loro è un obbligo).

Vi sono tuttavia due osservazioni da fare, per una maggiore chiarezza dell'ordinamento e per rispondere alle osservazioni del CUN sull'ampiezza dell'intervallo di CFU.

Con riguardo alla sostenibilità dell'offerta di stage (per la quale il CUN rileva che il limite superiore parrebbe eccessivamente elevato), la Facoltà ha ritenuto, con il passaggio alla 270 nell'anno accademico 2009-10, di dover introdurre il numero programmato. Una delle motivazioni è stata proprio quella di conformare il numero degli studenti al numero degli stage effettivamente erogabili.

Quanto all'intervallo 0-12 per "Tirocini formativi e di orientamento", esso si spiega con la necessità di lasciare la possibilità, ai soli studenti lavoratori, che non possano distaccarsi dal lavoro per svolgere lo stage, di effettuare una attività alternativa, consistente nella presentazione e discussione di un elaborato scritto su argomenti connessi con insegnamenti del piano di studio, assegnata da un docente relatore. Questo elaborato prevede un impegno di 12 CFU, che saranno riconosciuti quali "Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro".

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

Gli insegnamenti di 3 crediti MSTO/04 e ING-INF/05 sono moduli integrativi opzionali di insegnamenti di base e caratterizzanti

### **Note relative alle attività caratterizzanti**