



Informazioni generali sul Corso di Studi

Università	Università degli Studi di MODENA e REGGIO EMILIA
Nome del corso in italiano RED	Economia e marketing internazionale (<i>IdSua:1554038</i>)
Nome del corso in inglese RED	International economics and marketing
Classe RED	L-18 - Scienze dell'economia e della gestione aziendale
Lingua in cui si tiene il corso RED	italiano
Eventuale indirizzo internet del corso di laurea RED	http://www.economia.unimore.it/site/home/didattica/corsi-di-laurea/economia-e-marketing-internazionale.html
Tasse	http://www.unimore.it/ammissione/tasse.html
Modalità di svolgimento	a. Corso di studio convenzionale

Referenti e Strutture

Presidente (o Referente o Coordinatore) del CdS	GRAPPI Silvia
Organo Collegiale di gestione del corso di studio	Consiglio del corso di studio
Struttura didattica di riferimento	Economia 'Marco Biagi'

Docenti di Riferimento

N.	COGNOME	NOME	SETTORE	QUALIFICA	PESO	TIPO SSD
----	---------	------	---------	-----------	------	----------

1.	BROMWICH	William John	L-LIN/12	PA	1	Affine
2.	GIUNTINI	Andrea	SECS-P/12	PA	1	Base
3.	GRASSO	Alessandro Giovanni	SECS-P/11	PA	1	Base/Caratterizzante
4.	MANTOVANI	Daniela	SECS-P/03	RU	1	Caratterizzante
5.	NARDIN	Giuseppe	SECS-P/08	PO	1	Base/Caratterizzante
6.	RIBBA	Antonio	SECS-P/02	PA	1	Base/Caratterizzante
7.	BERTOLINI	Paola	SECS-P/02	PA	1	Base/Caratterizzante
8.	VIGNOLA	Marina	SECS-P/08	PA	1	Base/Caratterizzante
9.	ZAFFARONI	Alberto	SECS-S/06	PO	1	Base/Caratterizzante

Rappresentanti Studenti

Andriani Silvia 244377@studenti.unimore.it
Nisi Salvatore 204872@studenti.unimore.it
Vallaj Ornella 244554@studenti.unimore.it

Gruppo di gestione AQ

Silvia Andriani
Enrico Giovannetti
Silvia Grappi
Lara Liverani
Gianluca Marchi
Gianni Previdi
Ornella Vallaj

Tutor

Bernardo BALBONI
Gianluca MARCHI

Il Corso di Studio in breve

03/04/2019

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 sempre più caratterizzato dalla crescente integrazione dei mercati e dalla rapida circolazione di uomini, prodotti, servizi, idee e innovazioni.

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

Il percorso didattico si articola sullo sviluppo integrato di quattro aree di apprendimento.

La prima è rappresentata dalle conoscenze delle principali tecniche e metodologie aziendali essenziali per la gestione delle imprese.

La seconda riguarda l'apprendimento dei fondamenti dell'economia internazionale e degli strumenti di analisi delle strutture industriali.

La terza si rivolge allo sviluppo delle competenze di marketing con particolare riferimento agli strumenti e alle tecniche di valutazione dei mercati internazionali, alle strategie di entrata sul mercato estero e di gestione delle relazioni coi canali distributivi, alla gestione delle politiche di marketing internazionale.

La quarta, infine, che caratterizza in modo innovativo l'offerta didattica del corso di laurea in Economia e marketing internazionale, porta al possesso di una solida competenza in ambito linguistico, competenza che riguarda la lingua inglese, ed una seconda lingua straniera a scelta tra tedesco, spagnolo, francese.

L'ampiezza dei contenuti formativi del corso permette l'accesso a un vasto spettro di occupazioni qualificate. Al termine del percorso formativo lo studente dispone di un solido patrimonio di conoscenze economiche, linguistiche, e di marketing che lo mettono in condizione di operare nelle molte imprese italiane già fortemente impegnate sui mercati esteri o che stanno avviando la propria internazionalizzazione. In queste imprese, il laureato in Economia e marketing internazionale può operare nelle funzioni marketing, commerciale, approvvigionamento, in ruoli di assistenza alla direzione generale. Il profilo di competenze acquisite mette i laureati in condizione di accedere con successo alle opportunità di impiego in ruoli analoghi offerti da imprese estere e multinazionali.

Il processo di formazione offerto dal corso può essere messo a frutto anche in altri ambiti del mercato del lavoro, quali associazioni imprenditoriali, centri di servizi alle imprese, banche e altre istituzioni finanziarie che supportano l'internazionalizzazione del sistema economico, altre imprese di servizi, organismi internazionali pubblici e privati.

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



QUADRO A1.a
R&D

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

09/02/2015

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.

03/04/2019

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, Massimo Malpighi presidente di Acetaia Malpighi e, tra le altre cose, Presidente di Ascom Confcommercio di Modena e vice presidente provinciale, oltre a Gianluca Marchi, docente del corso di studi, e Silvia Grappi, presidente del corso di studi.

Le consultazioni nell'anno 2018 hanno primariamente discusso tematiche relative agli insegnamenti offerti, con l'obiettivo di rafforzare i contenuti del percorso formativo in coerenza con i fabbisogni maggiormente espressi dal territorio. Una particolare attenzione è stata dedicata alla individuazione di particolari tematiche, sentite come rilevanti e attuali, da inserire in modalità seminariale all'interno di alcuni insegnamenti specifici. Nel 2018 è stata svolta una riunione formale del Comitato di Indirizzo nel mese di luglio e altri incontri informali tra il presidente del Corso di Studio e singoli membri del Comitato di Indirizzo. Agli inizi del 2019 è stata inoltre indetta un'ulteriore consultazione formale per via telematica del Comitato di Indirizzo.

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

funzione in un contesto di lavoro:

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

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

competenze associate alla funzione:

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

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

sbocchi occupazionali:

L'ampiezza 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

RAD

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

RAD

Conoscenze richieste per l'accesso

04/04/2014

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.

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

QUADRO A3.b

Modalità di ammissione

03/04/2019

Il corso di laurea in Economia e marketing internazionale è a numero programmato e prevede il TOLC-E (Test On Line CISIA) 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 a partire dal mese di febbraio 2019.

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.

Agli studenti ammessi che ottengono nell'area di Matematica del TOLC un punteggio uguale o inferiore a 4/13 è assegnato un debito formativo che dovrà essere assolto entro luglio 2020. Solo dopo aver assolto tale debito si potrà sostenere l'esame di Matematica generale e finanziaria, previsto nel primo anno di corso. Coloro che non assolveranno il debito entro luglio 2020 verranno iscritti nell'anno accademico 2020/21 al primo anno di corso come "ripetenti".

Link : <http://www.economia.unimore.it/site/home/tolc-2019-per-lammissione-ai-corsi-di-laurea-triennale/articolo890046274.html> (TOLC-E)

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

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.

Conoscenza e capacità di comprensione

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Economico-aziendale**Conoscenza e comprensione**

I corsi introduttivi (Economia Aziendale, Economia e Gestione delle Imprese, Economia degli Intermediari Finanziari con elementi di Finanza) hanno 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 url](#)
[Economia degli intermediari finanziari e finanza url](#)
[Economia e gestione delle imprese url](#)
[Marketing url](#)
[Marketing internazionale I url](#)
[Marketing internazionale II url](#)
[Organizzazione e gestione delle risorse umane url](#)
[Programmazione e controllo url](#)
[Ricerca di marketing url](#)

Economica

Conoscenza e comprensione

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

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

[Economia internazionale url](#)

[Introduzione alla macroeconomia url](#)

[Introduzione alla microeconomia url](#)

Statistico-matematica

Conoscenza e comprensione

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

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

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Lo studente dovrà acquisire la capacità di:

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

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

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

Informatica (idoneità) [url](#)

Informatica (idoneità) [url](#)

Matematica generale e finanziaria [url](#)

Statistica [url](#)

Linguistica

Conoscenza e comprensione

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

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

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

base: ascolto, lettura e produzione scritta e orale nella lingua standard.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

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

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

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

- la comprensione globale di testi le cui tematiche sono riconducibili all'ambito economico e aziendale (vedasi articoli tratti dalla stampa specialistica) nonché il riconoscimento della principale linea argomentativa dei testi stessi;
- l'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 francese I [url](#)

Lingua inglese (idoneità) [url](#)

Lingua inglese II [url](#)

Lingua spagnola I [url](#)

Lingua tedesca I [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 presiedono 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 privato e commerciale [url](#)

Diritto pubblico [url](#)

QUADRO A4.c

RAD

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.

Capacità di apprendimento	<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

03/04/2019

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 le seguenti sessioni di laurea: luglio, settembre, ottobre/novembre, dicembre, aprile.

Link : <http://www.economia.unimore.it/site/home/didattica/corsi-di-laurea/articolo890017782.html> (Modalità di svolgimento della prova finale)

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Tesi discusse nell'anno 2018

**QUADRO B1****Descrizione del percorso di formazione (Regolamento Didattico del Corso)**

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Regolamento del corso di studio

Link: <http://www.economia.unimore.it/site/home/didattica/corsi-di-laurea/articolo890036325.html>

QUADRO B2.a**Calendario del Corso di Studio e orario delle attività formative**

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

QUADRO B2.b**Calendario degli esami di profitto**

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

QUADRO B2.c**Calendario sessioni della Prova finale**

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

QUADRO B3**Docenti titolari di insegnamento**

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

N.	Settori	Anno di corso	Insegnamento	Cognome Nome	Ruolo	Crediti	Ore	Docente di riferimento per corso
1.	IUS/09	Anno di corso 1	Diritto pubblico link	PINARDI ROBERTO	PO	6	48	

2.	SECS-P/07	Anno di corso 1	Economia aziendale link	MONTANARI STEFANO	PA	12	48
3.	SECS-P/07	Anno di corso 1	Economia aziendale link	KOCOLLARI ULPIANA	PA	12	48
4.	SECS-P/08	Anno di corso 1	Economia e gestione delle imprese link	DOCENTE FITTIZIO		6	48
5.	INF/01	Anno di corso 1	Informatica (idoneità) link	BORDONI STEFANO	RU	3	24
6.	SECS-P/01	Anno di corso 1	Introduzione alla microeconomia link	GIOVANNETTI ENRICO	PA	9	72
7.	L-LIN/12	Anno di corso 1	Lingua inglese - I parte (<i>modulo di Lingua inglese (idoneità)</i>) link	BROMWICH WILLIAM JOHN	PA	3	24
8.	L-LIN/12	Anno di corso 1	Lingua inglese - II parte (<i>modulo di Lingua inglese (idoneità)</i>) link	BROMWICH WILLIAM JOHN	PA	3	24
9.	SECS-S/06	Anno di corso 1	Matematica generale e finanziaria link	ZAFFARONI ALBERTO	PO	12	48
10.	SECS-S/06	Anno di corso 1	Matematica generale e finanziaria link	MUZZIOLI SILVIA	PA	12	48
11.	SECS-P/12	Anno di corso 1	Storia economica link	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 dal servizio di orientamento rappresentano un utile strumento di 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 durante il loro percorso formativo e al momento dell'uscita quando devono entrare nel mondo del lavoro. L'obiettivo primario è quello di offrire agli studenti 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 sotto il coordinamento del delegato per l'orientamento.

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.

Le attività di orientamento a livello decentrato trovano realizzazione attraverso la partecipazione attiva del personale docente e tecnico amministrativo del Dipartimento alle due iniziative istituzionali di Ateneo: "Unimore Orienta", che si svolge nel mese di marzo, 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 del territorio.

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

03/04/2019

(calendario accademico) e sulle regole della vita in Dipartimento.

Il personale della Segreteria didattica 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, 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.

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 dal 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. 03/04/2019

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 generale e finanziaria", "Economia aziendale", "Introduzione alla Microeconomia", "Introduzione alla macroeconomia" e in "Statistica", materie previste nel piano di studi del primo e secondo anno di corso e che presentano 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.

E' 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.

Particolare attenzione viene rivolta anche agli studenti internazionali iscritti al corso di studio.

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. 03/04/2019

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.

Sono 50 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.

Link inserito: <http://www.economia.unimore.it/site/home/servizi-studenti/stage--placement.html>

Link inserito: <http://www.economia.unimore.it/site/home/servizi-studenti/stage--placement.html>

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 tre accordi, uno con l'Università di Applied Sciences di Augsburg (Germania), uno con l'Università di Applied Sciences di Bochum (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>

n.	Nazione	Ateneo in convenzione	Codice EACEA	Data convenzione	Titolo
1	Austria	Carinthia University of Applied Sciences		16/12/2013	solo italiano
2	Belgio	Katholieke Universiteit Leuven	27945-EPP-1-2014-1-BE-EPPKA3-ECHE	13/02/2014	solo italiano
3	Belgio	Universiteit Antwerpen	103466-EPP-1-2014-1-BE-EPPKA3-ECHE	17/01/2014	solo italiano
4	Bulgaria	University of Economics		02/11/2015	solo italiano
5	Bulgaria	Varna Free University	210397-EPP-1-2014-1-BG-EPPKA3-ECHE	06/06/2014	solo italiano
6	Croazia	Università di Zagabria		02/11/2015	solo italiano
7	Croazia	Zagreb School of Economics and Management		20/12/2013	solo italiano
8	Danimarca	Via University College		17/12/2014	solo italiano
9	Estonia	Estonian Business School		20/12/2013	solo italiano
10	Finlandia	Centria University of Applied Sciences		21/05/2014	solo italiano
11	Finlandia	Seinajoki University of Applied Sciences		06/02/2014	solo italiano
12	Francia	ESCE - Parigi		12/11/2014	solo italiano
13	Francia	Ecole Superieure des Sciences Commerciales D'Angers ESSCA		28/11/2013	solo italiano
14	Francia	NEOMA Business School		07/02/2014	solo italiano
15	Francia	Université Catholique Lille		01/11/2018	solo italiano
16	Francia	Université Poitiers		29/01/2018	solo italiano
17	Francia	Université Lille I Sciences et Technologies		23/05/2014	solo italiano
18	Francia	Université d'Angers		19/12/2014	solo italiano

19	Francia	Université de Montpellier I	23/07/2014	solo italiano
20	Germania	Bochum - Hochschule	02/11/2016	solo italiano
21	Germania	Fachhochschule Augsburg	15/01/2014	solo italiano
22	Germania	Fachhochschule Augsburg	27/01/2015	solo italiano
23	Germania	Hochschule	20/05/2016	solo italiano
24	Germania	Hochschule für Technik und Wirtschaft (HTW) Berlin - University of Applied Sciences	18/09/2014	solo italiano
25	Germania	Justus Liebig Universität	16/12/2013	solo italiano
26	Germania	Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt	27/11/2013	solo italiano
27	Germania	Rostock Universität	02/11/2016	solo italiano
28	Germania	University of Potsdam	25/11/2013	solo italiano
29	Germania	Universität Kassel	17/01/2014	solo italiano
30	Lituania	Viesoji istaiga Klaipedos Socialiniu Mokslu Kolegija - Klaipeda	16/12/2013	solo italiano
31	Marocco	Universidad de Granada	02/11/2015	solo italiano
32	Norvegia	Molde University College	06/12/2013	solo italiano
33	Paesi Bassi	Inholland University - Rotterdam	11/06/2014	solo italiano
34	Polonia	Akademia Polonijna w Czestochowie	16/12/2013	solo italiano
35	Polonia	Turon University	13/02/2017	solo italiano
36	Portogallo	IESF (Escola Superior de Negócios Atlântico)	02/11/2016	solo italiano
37	Portogallo	Instituto Politécnico do Porto	22/01/2014	solo italiano
38	Portogallo	Instituto Universitario de Lisboa (ISCTE-IUL)	14/01/2014	solo italiano
		Politytechnic Institute of Cavado and		solo

39	Portogallo	Ave		17/01/2014	italiano
40	Portogallo	Universidade De Coimbra	29242-EPP-1-2014-1-PT-EPPKA3-ECHE	14/01/2014	solo italiano
41	Regno Unito	University Of Strathclyde	28540-EPP-1-2014-1-UK-EPPKA3-ECHE	13/05/2014	solo italiano
42	Repubblica Ceca	Ceska Zemedelska Univerzita V		10/01/2014	solo italiano
43	Romania	Universitatea din București		23/05/2014	solo italiano
44	Romania	University		20/11/2013	solo italiano
45	Spagna	Universidad 'Jaume I' de Castellon		11/04/2014	solo italiano
46	Spagna	Universidad 'Jaume I' de Castellon		11/09/2014	solo italiano
47	Spagna	Universidad Carlos III		27/11/2013	solo italiano
48	Spagna	Universidad De Almeria	29569-EPP-1-2014-1-ES-EPPKA3-ECHE	17/01/2014	solo italiano
49	Spagna	Universidad De Granada	28575-EPP-1-2014-1-ES-EPPKA3-ECHE	18/11/2013	solo italiano
50	Spagna	Universidad De Jaen	29540-EPP-1-2014-1-ES-EPPKA3-ECHE	17/11/2014	solo italiano
51	Spagna	Universidad De La Rioja	28599-EPP-1-2014-1-ES-EPPKA3-ECHE	04/12/2013	solo italiano
52	Spagna	Universidad De Las Palmas De Gran Canaria	29547-EPP-1-2014-1-ES-EPPKA3-ECHE	08/05/2014	solo italiano
53	Spagna	Universidad De Oviedo	29551-EPP-1-2014-1-ES-EPPKA3-ECHE	19/12/2013	solo italiano
54	Spagna	Universidad De Zaragoza	28666-EPP-1-2014-1-ES-EPPKA3-ECHE	15/01/2014	solo italiano
55	Spagna	Universidad Rey Juan Carlos		04/12/2013	solo italiano
56	Spagna	Universidad San Pablo CEU		27/03/2014	solo italiano
57	Spagna	Universidad de A Coruña		03/12/2014	solo italiano
58	Spagna	Universidad de Cádiz		14/02/2014	solo italiano
59	Spagna	Universidad de La Laguna		08/05/2014	solo italiano
		Universidade de Santiago de			solo

60	Spagna	Compostela		03/12/2013	italiano
61	Spagna	Universitat Pompeu Fabra		06/12/2013	solo italiano
62	Spagna	Universitat Rovira I Virgili	28675-EPP-1-2014-1-ES-EPPKA3-ECHE	11/11/2013	solo italiano
63	Spagna	Universitat de València		02/11/2015	solo italiano
64	Svezia	Hogskolan Kristianstad		03/12/2013	solo italiano
65	Svezia	Högskolan Dalarna		16/12/2013	solo italiano
66	Svizzera	Haute ecole Specialisee de Suisse occidentale		01/11/2018	solo italiano
67	Svizzera	Hochschule Lucerne University - Wirtschaft		21/02/2014	solo italiano
68	Svizzera	Zurcher Hochschule Winterthur		10/01/2014	solo italiano
69	Turchia	Istanbul University		02/11/2016	solo italiano
70	Ungheria	ESSCA - sede di Budapest		28/11/2013	solo italiano
71	Ungheria	Eotvos Lorand University (ELTE)		01/11/2018	solo italiano

QUADRO B5

Accompagnamento al lavoro

03/04/2019

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

I laureandi e i laureati del corso, in qualità di studenti Unimore, possono rivolgersi all'Ufficio Orientamento allo Studio, Lavoro e Placement (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, partecipa all'organizzazione di Morejobs, il Career Day di Unimore, che per l'edizione del 2019 si svolgerà presso l'ente fieristico di Modena.

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

03/04/2019

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

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

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

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

Prestito

Fornitura di articoli di periodici (formato cartaceo o digitale)

Prestito inter-bibliotecario (ILL)

Corsi di formazione agli utenti, nello specifico:

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

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

Servizio wireless della biblioteca

Servizio attivo per eventuali reclami e segnalazioni-suggerimenti

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

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

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

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

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

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

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

li supporta durante le lezioni e nella fase di studio;

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

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

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

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

sito web: dolly.economia.unimore.it

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

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

Per la partecipazione al lettorato di Lingua inglese è obbligatorio sostenere il placement test.

Il Dipartimento, in collaborazione con il Centro E-learning di Ateneo, da anni partecipa al progetto "Utilizzazione 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 attrezzature informatiche, integrando le normali attrezzatura delle aule (pc, videoproiettori, microfoni), sono:

- piattaforma Adobe Connect che consente la video-audio registrazione delle lezioni che oltre alla audio-video registrazione delle lezioni permette la connessione in remoto.
- Diplay touch wacom e ipad che consentono la scrittura digitale e sostituiscono la classica lavagna.

QUADRO B6

Opinioni studenti

Gli indicatori relativi al triennio 2016/17 - 2018/2019 mettono in risalto dinamiche decisamente positive del CDS sotto il profilo del processo formativo così come percepito dagli studenti. 13/09/2019

Le percentuali di soddisfazione rispetto al carico didattico, al materiale didattico, agli orari di svolgimento delle lezioni, le modalità di esposizione degli argomenti da parte dei docenti, così come la reperibilità media dei docenti del CDS e la valutazione degli spazi in cui le lezioni vengono svolte sono decisamente elevata nel corso del triennio in esame. Particolare menzione merita la voce relativa alle modalità d'esame le cui indicazioni fornite in merito sono percepite dagli studenti particolarmente chiare.

La soddisfazione media espressa dagli studenti rispetto agli insegnamenti del CDS è elevata e costante nel triennio (la percentuale di studenti che si dichiara soddisfatto è pari all'80,7% nell'a.a. 2018/19, recuperando il leggero calo registrato nell'a.a. 2017/18 e riallineandosi al valore dell'a.a. 2016/17 pari a 82,4%).

Pdf inserito: [visualizza](#)

QUADRO B7

Opinioni dei laureati

I dati sul livello di soddisfazione dei laureandi, basati sull'aggiornamento Almalaurea 2019 che ha intervistato 195 dei 202 laureati totali, mostrano un elevato livello di soddisfazione dei laureati. 26/09/2019

La maggioranza degli intervistati dichiara di aver regolarmente frequentato più del 75% degli insegnamenti del corso; considerano in larga maggioranza il carico degli insegnamenti adeguato alla durata del CDS e valutando positivamente il rapporto coi docenti nel 90% dei casi. Si rileva come il 98% degli intervistati abbia giudicato il materiale didattico degli insegnamenti come adeguato.

L'organizzazione degli esami è valutata in senso positivo dall'89% dei rispondenti,

Ben il 77% dei rispondenti riconosce di aver ottenuto risultati agli esami in linea con l'effettiva preparazione. A riprova del quadro complessivamente positivo, ben il 75% degli intervistati dichiara che si iscriverebbe di nuovo allo stesso CdS.

Alla domanda sulla soddisfazione complessiva sul corso di laurea, se si sommano coloro che rispondono "Decisamente sì" e "Più sì che no" si ottiene una percentuale del 92%, superiore a quella ottenuta dai corsi della medesima classe di laurea a livello nazionale e anche di area geografica di riferimento.

Si rileva anche l'elevata percentuale di studenti che hanno svolto un periodo di studi all'estero durante la loro carriera (34%), di gran lunga superiore alla media nazionale (12%) e di area geografica di riferimento (17%). Il 92% di questi studenti risulta aver usufruito del programma Erasmus e tutti giudicano tale esperienza in modo positivo.

Anche l'esperienza del tirocinio, svolta da 157 intervistati, è giudicata positiva dal 95%.

I giudizi relativi all'adeguatezza delle aule e delle postazioni informatiche a disposizione sono positivi per la maggioranza degli intervistati.

Infine, i dati sul proseguimento in Laurea Magistrale indicano che il 79% dei laureati intende proseguire gli studi principalmente per completare la propria formazione.

Descrizione link: Pagina Dati CdS

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



QUADRO C1

Dati di ingresso, di percorso e di uscita

26/09/2019

Dati di ingresso: In linea con gli ultimi anni, anche nel 2018/19 il numero degli iscritti si mantiene alto e in linea con gli anni precedenti. Nel 2018/19, la quota di iscritti provenienti da fuori Emilia Romagna cala leggermente rispetto agli a.a. precedenti, attestandosi a circa il 21% degli iscritti, valore inferiore alla media nazionale.

Dati di percorso: Nell'a.a. 2018/19 si registra un tasso di abbandoni in calo e pari al 18,7%, marcando una netta distanza di tale dato, in positivo, rispetto a quanto accade sia nell'area geografica di riferimento (25,8%) che a livello nazionale (30%).

Il CdS conferma il dato positivo relativo alla velocità di attraversamento. Per la coorte 2017/18 il numero dei CFU medi conseguiti nel primo anno di corso è stato pari a 45, in miglioramento rispetto agli a.a. precedenti. Si nota lo scarto positivo anche in relazione al dato nazionale (35 CFU conseguiti in media). La buona performance nei dati di percorso si conferma anche osservando la percentuale di studenti iscritti che prosegue al II anno avendo acquisito almeno CFU, pari al 61,2% nel 2017/18, in aumento rispetto agli a.a. precedenti e di molto superiore alla media nazionale. La % di studenti iscritti entro la durata normale del CdS che hanno acquisito almeno 40 CFU è pari al 71,3%, dato decisamente positivo e superiore alla media nazionale. Si conferma il dato positivo sull'internazionalizzazione degli studenti del CdS, come ad esempio dimostrato della percentuale di laureati che hanno acquisito almeno 12 CFU all'estero, pari al 36% per il CdS e in crescita costante negli anni, contro una media nazionale decisamente inferiore.

Dati di uscita: La percentuale di laureati in corso come media degli ultimi 3 a.a. si attesta al 76% contro il 56,8% medio a livello nazionale. Anche gli studenti fuori corso tendono a laurearsi entro l'anno successivo allo scadere dei 3 anni di durata del CdS in percentuale pari a 68,8%, ben superiore alla media nazionale pari a 47%.

Descrizione link: Pagina Dati CdS

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

QUADRO C2

Efficacia Esterna

26/09/2019

Considerando i dati medi dell'ultimo triennio, il 64% degli intervistati dichiara di essere iscritto ad un CdLM ad un anno dalla laurea; il 38% lavora (quindi bel il 12% decide di lavorare mentre prosegue il percorso di studi).

In media, negli ultimi 3 anni il 18% dei laureati dichiara di utilizzare in misura consistente le competenze acquisite in ambito lavorativo, il 60% di utilizzarle in misura ridotta. La maggioranza degli intervistati (71,4%) dichiara di considerare efficace la laurea per il lavoro svolto.

Descrizione link: Pagina Dati CdS

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

QUADRO C3

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

20/09/2019

L'Ateneo di Modena e Reggio Emilia ha sottoscritto un contratto con Alma Laurea per la gestione delle procedure di attivazione

dei tirocini che consentirà una rilevazione omogenea sulle opinioni di enti ed imprese e tirocinanti.

Con l'avvio del nuovo processo di rilevazione è disponibile anche un'indagine sugli esiti delle attività svolte del corso di laurea in Economia e marketing internazionale.

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Elaborazione statistica