



Informazioni generali sul Corso di Studi

Università	Università degli Studi di MODENA e REGGIO EMILIA
Nome del corso in italiano	Economia e marketing internazionale (<i>IdSua:1574020</i>)
Nome del corso in inglese	International economics and marketing
Classe	L-18 - Scienze dell'economia e della gestione aziendale
Lingua in cui si tiene il corso	italiano
Eventuale indirizzo internet del corso di laurea	http://www.economia.unimore.it/site/home/didattica/corsi-di-laurea/economia-e-marketing-internazionale.html
Tasse	http://www.unimore.it/ammissione/tasse.html
Modalità di svolgimento	a. Corso di studio convenzionale

Referenti e Strutture

Presidente (o Referente o Coordinatore) del CdS	VIGNOLA Marina
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.	BALBONI	Bernardo	SECS-P/08	PA	1	Base/Caratterizzante
2.	BROMWICH	William John	L-LIN/12	PA	1	Affine

3.	CURZI	Ylenia	SECS-P/10	PA	1	Caratterizzante
4.	DE CANIO	Francesca	SECS-P/08	ID	1	Base/Caratterizzante
5.	GIRELLA	Laura	SECS-P/07	RD	1	Base/Caratterizzante
6.	GIUNTINI	Andrea	SECS-P/12	PA	1	Base
7.	NARDIN	Giuseppe	SECS-P/08	PO	1	Base/Caratterizzante
8.	PATTARIN	Francesco	SECS-P/11	RU	1	Base/Caratterizzante
9.	VIGNOLA	Marina	SECS-P/08	PA	1	Base/Caratterizzante

Rappresentanti Studenti

Paciulli Rossella 260151@studenti.unimore.it
Cuoghi Sara 293175@studenti.unimore.it
D'Agosta Angelo Giovanni
231842@studenti.unimore.it
Debellis Paolo 293694@studenti.unimore.it

Gruppo di gestione AQ

Simonetta Cotterli
Lara Liverani
Rossella Paciulli
Gianni Previdi
Margherita Russo
Marina Vignola

Tutor

Barbara LUPPI
Bernardo BALBONI



Il Corso di Studio in breve

25/02/2021

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 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 di maggiori dimensioni. Gestire le relazioni coi clienti internazionali, comprenderne le esigenze, valutare l'attrattività e le potenzialità future dei diversi mercati, saper scegliere e gestire le modalità di entrata sui diversi mercati, saper interagire e comunicare con i partner esteri possedendo una valida competenza linguistica, sono tutte esigenze che assumono importanza 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 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 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 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

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.



QUADRO A1.b

Consultazione con le organizzazioni rappresentative - a livello nazionale e

Il Comitato include manager e esperti in ambito economico e di management operanti nel campo dell'industria e dei servizi:

- un consulente per l'internazionalizzazione che opera in ambito di imprese multi-utilities;
- un esponente dell'associazionismo per piccole imprese industriali;
- un marketing manager in settori high-tech;
- un esponente di associazione di piccola impresa commerciale;
- un manager con esperienza in ambito di grandi imprese industriali italiane e estere;
- un coach in processi di innovazione;
- il presidente di Acetaia Malpighi e, tra le altre cose, Presidente di Ascom Confcommercio di Modena e vice presidente provinciale;
- il presidente del corso di studi;
- un docente del corso di studi.

Nell'anno 2019 si è tenuta una consultazione formale per via telematica del Comitato di Indirizzo. Nel corso di questa consultazione sono state discusse tematiche quali: l'andamento delle immatricolazioni per l'a.a. 2018/2019; l'esperienza del corso di studi, già avviata da qualche anno, di ospitare insegnamenti tenuti da docenti di Università straniere; l'implementazione di alcuni suggerimenti, ricevuti da alcuni membri del comitato di indirizzo nel corso dell'incontro di luglio 2018, che hanno portato all'inserimento di nuove tematiche all'interno di alcuni insegnamenti. Nel mese di maggio 2020 è stata inoltre indetta un'ulteriore consultazione per via telematica del Comitato di Indirizzo. Nel corso di tale consultazione il presidente del corso di studi ha informato il comitato in merito alle iniziative intraprese dal dipartimento e dal corso di studi a seguito del blocco dell'erogazione della didattica in presenza a causa della crisi sanitaria. Sono stati inoltre forniti alcuni aggiornamenti in merito all'andamento del corso di studio, ed è stata presentata la proposta di revisione dell'offerta formativa, sollecitando prime riflessioni che sono state successivamente sviluppate in occasione dell'incontro che si è tenuto in remoto nel mese di giugno 2020. Da tale incontro sono emerse alcune riflessioni/osservazioni da parte dei membri del comitato di indirizzo con riferimento all'attuale offerta formativa, di cui si sintetizzano le principali indicazioni: (a) valutare l'opportunità di rendere più aderenti agli obiettivi formativi del CdS alcuni insegnamenti, in particolare del 1° anno, considerati eccessivamente generalisti; (b) valutare l'opportunità di dare un taglio maggiormente internazionale ad alcuni insegnamenti del CdS, in particolare di area giuridica e aziendale; (c) valutare l'opportunità di dare maggiore enfasi alle tematiche della digital transformation; (d) pensare nuove modalità di progettazione e gestione dei percorsi di tirocinio da strutturare su tematiche specifiche, di interesse anche per le imprese



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,

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:

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

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

05/03/2021

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.

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.

Il Dipartimento di Economia Marco Biagi organizza nella modalità di test a distanza denominata TOLC@Casa a partire dal 23 febbraio 2021.

Le date previste sono disponibili al link

<https://www.economia.unimore.it/site/home/didattica/corsi-di-laurea/tolc-e-per-lammissione-ai-corsi-di-laurea-triennale.html>

Gli studenti e le studentesse, prima di prenotarsi, dovranno assicurarsi di avere a disposizione i dispositivi necessari elencati nel Regolamento di utilizzo del TOLC@CASA per studenti e studentesse e di poter allestire la stanza in cui sosterranno il test come indicato dal documento Configurazione stanza TOLC@CASA, prove ed esigenze di rete. Coloro che si iscriveranno dovranno prendere visione e accettare questi documenti durante la fase di prenotazione.

Lo strumento migliore per capire se la connessione internet e il computer siano adatti per sostenere il TOLC@CASA è svolgere le simulazioni TOLC nell'area esercitazione e posizionamento.

Nell'area dedicata ai TOLC sul sito del CISIA sono disponibili le informazioni sui vari passaggi:

- Cos'è il TOLC;
- Come iscriversi al TOLC;
- Regolamenti TOLC;
- Esercitazioni TOLC;
- Il giorno del TOLC.

È importante ricordare che per poter sostenere il test è necessario aver caricato nell'area riservata TOLC, in Gestione prenotazioni, il documento di riconoscimento entro le ore 10 del giorno precedente al TOLC@CASA (entro le ore 10 del

venerdì se il TOLC è il lunedì) e aver caricato la foto in Visualizza/modifica dati personali.

Dopo aver sostenuto il TOLC-E (in qualsiasi modalità), 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.

Ai fini della graduatoria verranno accettati i test TOLC svolti sia nella modalità tradizionale TOLC-E (svolto presso le strutture universitarie consorziate) che nella modalità TOLC@casa

Il primo bando si chiuderà a metà giugno. Se non saranno coperti tutti i posti programmati, verrà pubblicato un secondo bando intorno alla fine di luglio 2021.

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 settembre 2022. 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 settembre 2022 verranno iscritti nell'anno accademico 2022/23 al primo anno di corso come 'ripetenti'.

Link :

<https://www.economia.unimore.it/site/home/didattica/corsi-di-laurea/tolc-e-per-lammissione-ai-corsi-di-laurea-triennale.html> (TOLC-E)



QUADRO A4.a

Obiettivi formativi specifici del Corso e descrizione del percorso formativo

04/04/2014

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.



QUADRO A4.b.1

Conoscenza e comprensione, e Capacità di applicare conoscenza e comprensione: Sintesi

Conoscenza e capacità di comprensione

Capacità di applicare conoscenza e comprensione



QUADRO A4.b.2

Conoscenza e comprensione, e Capacità di applicare conoscenza e comprensione: Dettaglio

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. Vengono 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 dell'operatività nei 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, partendo dall'analisi e selezione dei mercati esteri e dall'analisi delle diverse modalità di entrata sui mercati esteri.

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, e in particolare nei mercati internazionali;
- fornire analisi di mercato utili ad operare nell'ambito di organizzazioni e enti che forniscono servizi alle imprese;
- implementare modelli di analisi e selezione dei mercati esteri e di analisi e individuazione della modalità di entrata sul mercato estero selezionato;
- 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;
- ragionare in termini di vincolo di bilancio e costo opportunità;

- saper interpretare il senso ed il ruolo dell'intervento pubblico in un contesto micro o macro economico;
- saper leggere con spirito critico documenti di enti pubblici o privati di contenuto economico;
- 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 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](#)

Scienza delle finanze [url](#)

Storia economica [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 acquisisce 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 all'analisi e all'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](#)

Matematica generale e finanziaria [url](#)

Statistica [url](#)

Linguistica

Conoscenza e comprensione

I percorsi di apprendimento della lingua inglese e delle seconde lingue si focalizzano sulla comunicazione professionale e sull'uso della lingua in ambito economico, finanziario e aziendale. 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 nel secondo anno 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:

- 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 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 conoscenze di base relative alla teoria generale del diritto, al sistema delle fonti ed alla struttura costituzionale dello Stato (Diritto Pubblico), sia 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 (Diritto Privato e Commerciale).

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Negli insegnamenti di area giuridica gli studenti acquisiscono competenze atte a:

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

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

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.

Le capacità di apprendimento sono conseguite nel percorso di studio nel suo complesso e valutate attraverso forme di verifica continua durante le attività formative.

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.



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

05/03/2021

Per conseguire la laurea in Economia e marketing internazionale, 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 300 ore 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.

Per ogni studente viene nominato un docente o un ricercatore, incaricato di seguire la preparazione.

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.

Sono previste le seguenti sessioni di laurea: luglio, settembre, novembre, dicembre, aprile. Per il 2021 saranno svolte in modalità a distanza, a meno di sensibili variazioni della situazione pandemica.

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 2020



▶ QUADRO B1

Descrizione del percorso di formazione (Regolamento Didattico del Corso)

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Regolamento del corso di studio

▶ 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	GIRELLA LAURA	RD	12	96	
3.	SECS-P/08	Anno di corso 1	Economia e gestione delle imprese link	DE CANIO FRANCESCA	ID	6	48	
4.	INF/01	Anno di corso 1	Informatica (idoneità) link	BORDONI STEFANO	RU	3	24	
5.	SECS-P/01	Anno di corso 1	Introduzione alla microeconomia link	PATRIARCA FABRIZIO	RD	9	72	
6.	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	
7.	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	
8.	L-LIN/12 L-LIN/12	Anno di corso 1	Lingua inglese (idoneità) link			6		
9.	SECS-S/06	Anno di corso 1	Matematica generale e finanziaria link	MUZZIOLI SILVIA	PA	12	48	
10.	SECS-S/06	Anno di corso 1	Matematica generale e finanziaria link	GIANFREDA ANGELICA	RD	12	48	
11.	SECS-P/12	Anno di corso 1	Storia economica link	GIUNTINI ANDREA	PA	6	48	
12.	IUS/04 IUS/05	Anno di corso 2	Diritto privato e commerciale link			12		
13.	IUS/05	Anno di corso 2	Diritto privato e commerciale - I parte (<i>modulo di Diritto privato e commerciale</i>) link			6		
14.	IUS/04	Anno di corso 2	Diritto privato e commerciale - II parte (<i>modulo di Diritto privato e commerciale</i>) link			6		
15.	SECS-P/11	Anno di corso 2	Economia degli intermediari finanziari e finanza link			9		
16.	SECS-P/02	Anno di corso 2	Introduzione alla macroeconomia link			9		
17.	L-LIN/04	Anno di corso 2	Lingua francese I link			6		
18.	L-LIN/07	Anno di	Lingua spagnola I link			6		

		corso 2			
19.	L-LIN/14	Anno di corso 2	Lingua tedesca I link	6	
20.	SECS-P/08	Anno di corso 2	Marketing link	9	
21.	SECS-P/03	Anno di corso 2	Scienza delle finanze link	6	
22.	SECS-S/01	Anno di corso 2	Statistica link	9	
23.	SECS-P/02	Anno di corso 3	Economia e istituzioni dei distretti industriali link	6	
24.	SECS-P/02	Anno di corso 3	Economia internazionale link	6	
25.	L-LIN/12	Anno di corso 3	Lingua inglese II link	9	
26.	SECS-P/08	Anno di corso 3	Marketing internazionale I link	6	
27.	SECS-P/08	Anno di corso 3	Marketing internazionale II link	6	
28.	SECS-P/10	Anno di corso 3	Organizzazione e gestione delle risorse umane link	6	
29.	SECS-P/07	Anno di corso 3	Programmazione e controllo link	6	
30.	PROFIN_S	Anno di corso 3	Prova finale link	3	
31.	SECS-P/08	Anno di corso 3	Ricerca di marketing link	6	
32.	ZZZZZ	Anno di corso 3	Stage link	12	



Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Elenco Aule Dipartimento



Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Elenco Laboratori e Aule Informatiche



Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Elenco Sale Studio



Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Biblioteca di Economia Sebastiano Brusco



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.

Il corso di studio è coinvolto dal Dipartimento nelle attività di orientamento in ingresso realizzate dall'Ateneo, che rappresentano l'attuazione del piano di iniziative condiviso fra il delegato del Rettore per l'Orientamento e le diverse strutture accademiche.

Vista l'emergenza legata al COVID 19, le attività di orientamento per la.a. 2021/2022 si svolgono in modalità telematica.

Tutte le iniziative sono raccolte in un box specifico sulla homepage del sito di Dipartimento, denominato Unimore Orienta online 2021

28/04/2021

- 'Unimore Orienta' - 16 marzo 2021: presentazione agli studenti delle ultime classi delle scuole superiori, dell'offerta formativa del Dipartimento e dei possibili sbocchi occupazionali dei diversi Corsi di studio

Questo evento costituisce il primo contatto istituzionale fra gli studenti ed il mondo universitario e fornisce le informazioni necessarie per un primo orientamento.

Obiettivi dell'iniziativa sono:

- individuazione dei corsi di studio più vicini ai propri interessi,
- la preparazione delle prove di accesso ai corsi di studio attraverso consigli e brevi indicazioni
- Ho le conoscenze di base adeguate per i test di accesso e le principali materie del corso di studio?

I contenuti del box riguardano:

- 1) Presentazioni video del Dipartimento e di tutti i CdL
- 2) Presentazioni video servizi e funzioni di Ateneo
- 3) Materiale completo della guida del Dipartimento
- 4) Video pillole su Insegnamento a distanza, Erasmus, Diritto allo Studio, Modalità di iscrizione da parte di docenti, personale amministrativo e studenti
- 5) Testimonianze di ex studenti
- 6) Illustrazione di lavori di gruppo e testimonianze degli studenti
- 7) Videopillole dei Docenti sulle loro materie a tema Covid19
- 8) Photogallery del Dipartimento per conoscere le sue strutture

- 'Mi piace Unimore' luglio 2021: questo evento ha l'obiettivo da un lato di orientare gli studenti ancora indecisi in modo che possano maturare la propria scelta, dall'altro di fornire tutte le informazioni necessarie ai fini dell'immatricolazione.

- Unimore Orienta - Rimani conness@, seconda azione in cui si sviluppa il percorso Unimore Orienta (<https://poa.unimore.it/unimoreorienta2021/>) che verrà attivato dal 19 marzo 2021.

Nello specifico, le attività sono:

- a. Colloqui individuali per studentesse e studenti di scuola superiore: sarà previsto un giorno della settimana in cui, in orario pomeridiano, è possibile incontrarsi virtualmente attraverso lo strumento Bookings e la riunione di Teams;
- b. Mini eventi, per gruppo classe/scuola, su richiesta del/della docente delegato/a per l'orientamento delle scuole superiori. Verrà utilizzata come strumento sia la riunione di Teams sia l'Evento Live. La registrazione avverrà attraverso un apposito form.

- Conseuling personalizzato Sportello di ascolto

A cominciare da metà marzo 2021 su appuntamento, in modalità virtuale.

Il servizio di Counseling, gratuito, è un supporto individuale quale strumento di crescita, conoscenza e miglioramento personale. Il Counseling è uno strumento di autoconsapevolezza che opera nell'ambito della salutogenesi 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).

- Incontri nelle scuole

Fino a febbraio 2020 sono state realizzate iniziative di orientamento specifiche attraverso incontri presso le Scuole superiori del territorio a cura del Delegato per l'orientamento e la coordinatrice didattica.

- Giorno di accoglienza prima dell'inizio delle lezioni

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.

- Servizio di Accoglienza studenti disabili e dislessici

I servizi di orientamento on line sono progettati e realizzati con particolare attenzione alla loro piena accessibilità da parte di tutti gli utenti.

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.

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>

- International desk

Presso la segreteria didattica è attivo uno specifico sportello riservato agli studenti internazionali per il supporto nella scelta del corso di studio e nell'espletazione degli adempimenti amministrativi (documentazione da presentare per la missione, procedura all'interno del Sistema Esse3)

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

Link inserito: <https://www.economia.unimore.it/site/home/futuro-studente.html>



QUADRO B5

Orientamento e tutorato in itinere

- Tutor del corso di studio

05/03/2021

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.

- Fondo Sostegno Giovani

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 al termine del loro percorso di laurea magistrale. Grazie al progetto di Ateneo 'Fondo sostegno giovani', gli studenti, selezionati sulla base del loro merito accademico, 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, per circa 90 ore ciascuno.

- Tutor daula

Il corso di studio è coinvolto dal Dipartimento nelle attività di tutorato in itinere che sono svolte da studenti senior-tutor selezionati ogni anno attraverso uno specifico bando di Ateneo. Il corso di studio si avvale pertanto del servizio di tutorato generale offerto e coordinato dalla Direzione Servizi agli studenti denominato 'Tutor daula'.

Gli studenti tutor aiutano gli altri studenti per esempio nella compilazione dei piani di studio on-line, nello studio di particolari materie considerate più impegnative, nel rispondere alle diverse 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

- Segreteria didattica

La segreteria didattica 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. In questo particolare momento legato al

COVID19 il ricevimento si svolge in modalità a distanza

- Progetto di Tutorato

Obiettivo del progetto è di prevenire il fenomeno della dispersione al primo anno di corso per i corsi di laurea, e prevede la messa in atto di azioni monitoraggio e supporto alle matricole a partire dal loro ingresso nel mondo universitario.

Le carriere vengono quindi costantemente monitorate, a partire dall'analisi dell'andamento del superamento del debito di matematica, e dei successivi esami di profitto. Vengono, di conseguenza, stabilite azioni mirate ad hoc sui singoli studenti.

- Counseling personalizzato Sportello di ascolto

A cominciare da metà marzo 2021 su appuntamento, in modalità virtuale.

Il servizio di Counseling, gratuito, è un supporto individuale quale strumento di crescita, conoscenza e miglioramento personale. Il Counseling è uno strumento di autoconsapevolezza che opera nell'ambito della salutogenesi 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).

- Servizio di Accoglienza studenti disabili e dislessici

I servizi di tutorato on line sono progettati e realizzati con particolare attenzione alla loro piena accessibilità da parte di tutti gli utenti.

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.

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

- 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>

- International desk

Presso la segreteria didattica è attivo uno specifico sportello riservato agli studenti internazionali per il supporto nel corso della carriera universitaria e nell'espletazione degli adempimenti amministrativi (per esempio la compilazione dei piani di studio on-line, nell'organizzazione dello studio, nell'iscrizione agli esami).

▶ QUADRO B5

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

Il corso di studio prevede, al termine del percorso, uno stage obbligatorio per il conseguimento del titolo di laurea. 28/04/2021

Attraverso questa esperienza lo studente ha l'opportunità di utilizzare concretamente la preparazione acquisita durante gli studi universitari, completando la sua formazione mediante un contatto diretto con il mondo del lavoro.

E' possibile svolgere lo stage presso aziende, enti pubblici o privati, sia in Italia che all'estero. Gli studenti interessati ad un tirocinio presso un Paese europeo hanno la possibilità di partecipare al programma Erasmus+ per Traineeship, per poter usufruire di un finanziamento a sostegno della loro mobilità.

L'Ufficio Stage di Dipartimento supporta gli studenti nella ricerca dell'ente/azienda ospitante e cura le procedure

amministrative inerenti al tirocinio, anche mediante l'utilizzo della Piattaforma Servizi Placement UNIMORE.

L'attivazione dello stage è prevista dopo il conseguimento, da parte dello studente, di 140 crediti formativi universitari e la sua durata è di almeno 300 ore, per il conseguimento di 12 CFU.

Durante questo percorso formativo, lo studente è seguito da un tutor aziendale designato dall'ente ospitante, da un docente tutor scientifico di Dipartimento e da un tutor organizzativo, referente amministrativo dell'Ufficio Stage.

Al termine è prevista la stesura, sotto la supervisione del tutor scientifico, di una relazione che costituisce l'elaborato finale da presentare per il conseguimento del titolo di laurea.

L'attività di stage, ove possibile, è prevista anche in modalità a distanza. In caso di impossibilità, lo stage viene sostituito da un progetto di pari impegno.

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

▶ QUADRO B5

Assistenza e accordi per la mobilità internazionale degli studenti

i

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 corso di studio aderisce alle iniziative di mobilità internazionale definite a livello di Ateneo e di Dipartimento in attuazione del Piano integrato di Ateneo.

I programmi di mobilità prevedono il riconoscimento in carriera delle attività formative svolte all'estero e sono incentivati anche dall'erogazione di borse di studio garantite a tutti gli studenti che risultano ammessi al programma di mobilità. Le iniziative di mobilità sono pubblicate sul sito di Dipartimento nella sezione dedicata

<https://www.economia.unimore.it/site/home/relazioni-internazionali.html>

Agli studenti che partecipano ai diversi programmi di mobilità sono dedicati appositi servizi, sia livello centrale (Ufficio mobilità studentesca) che a livello dipartimento (Ufficio Mobilità di Dipartimento), nei quali opera personale amministrativo con competenze specifiche sui diversi programmi e iniziative di mobilità.

L'ufficio mobilità del Dipartimento di Economia 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: 1) riconoscimento dell'attività effettuata all'estero; 2) aggiornamento dei piani di studio; 3) pratiche burocratiche

Il Dipartimento ha inoltre nominato una Commissione Rapporti Internazionali che si occupa della gestione operativa dei programmi di mobilità.

I programmi previsti sono:

1) Erasmus plus per studio

La mobilità degli studenti è promossa per consentire loro di seguire all'estero corsi ufficiali che saranno riconosciuti dal Dipartimento di Economia Marco Biagi, procedere alla preparazione parziale o totale della tesi e addirittura, in presenza di accordi specifici, conseguire un doppio titolo di studio (doppia laurea e doppio diploma).

La mobilità dei docenti è finalizzata allo studio dell'organizzazione didattica di istituzioni estere, alla predisposizione di scambi di studenti e a svolgere all'estero corsi o parti di corsi ufficiali e/o seminari.

L'Università di Modena e Reggio Emilia stipula ogni anno un Contratto Istituzionale con la Commissione Europea indicando tutte le attività che intende svolgere nell'ambito del programma.

In base ad accordi bilaterali con ogni singola Università partner, vengono attivate borse di mobilità per studenti dei diversi corsi di studio.

2) Erasmus plus per traineeship

Grazie al programma Erasmus+ per Traineeship gli studenti possono trascorrere all'estero un periodo compreso tra 2 e 12 mesi: lo stesso studente può ricevere più borse per studio o tirocinio all'estero per un massimo di 12 mesi per ciclo di studi. Per poter accedere al programma, gli studenti devono essere iscritti a un istituto di istruzione superiore che fornisca una laurea o altre qualifiche riconosciute di terzo livello (dottorato incluso) ed essere selezionati in maniera chiara e trasparente. Le istituzioni che partecipano al programma possono essere pubbliche, oppure imprese, centri di formazione e di ricerca privati.

Prima della partenza gli studenti selezionati devono essere in possesso di:

Un grant agreement, siglato dallo studente e dall'istituto di appartenenza, valido per tutto il periodo di mobilità

Un learning agreement riguardante lo specifico programma di tirocinio, approvato dallo studente, dal suo istituto di appartenenza e da quello di destinazione

Una Erasmus+ Student Charter, che definisce i diritti e gli obblighi dello studente durante il periodo all'estero

Al termine dell'esperienza:

Per un tirocinio configurato come parte integrante del curriculum, l'istituto di appartenenza è tenuto a riconoscere tutti i crediti previsti usando il sistema ECTS o equivalente. Tale riconoscimento deve essere regolato dal learning agreement da approvare prima della partenza.

In casi particolari in cui il tirocinio non sia parte integrante del curriculum, l'istituto di appartenenza può riconoscere il periodo all'estero come Diploma Supplement. In casi di studenti neo-laureati può rilasciare un certificato di tirocinio

Gli studenti riceveranno inoltre un contributo erogato dall'Unione Europea per sostenere le spese supplementari che si potrebbe dover sostenere studiando all'estero. Ogni ulteriore contributo ottenuto dagli studenti partecipanti dovrà essere mantenuto per tutto il periodo trascorso all'estero.

Nell'ambito del Programma Erasmus+, l'Università di Modena e Reggio Emilia offre ai propri studenti/neo laureati l'opportunità di effettuare un periodo di tirocinio presso imprese, centri di formazione e di ricerca presenti in uno dei Paesi partecipanti al Programma.

3) Moreoverseas

il Bando MORE Overseas finanzia la mobilità studentesca verso Istituti Universitari Stranieri in paesi extra-europei o europei non rientranti nel programma Erasmus+ con cui l'Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia abbia stipulato convenzioni e per le quali i Dipartimenti abbiano presentato un Progetto di Mobilità Studentesca.

Attività consentite all'estero: frequenza corsi ed esami e/o preparazione tesi. Viene garantito il riconoscimento delle attività attraverso l'approvazione di un Learning Agreement prima della partenza. Al rientro crediti e voti conseguiti durante il periodo di mobilità saranno riconosciuti dal Consiglio di Dipartimento/Corso di studi.

La durata del periodo di studio presso l'istituzione estera è indicata nell'elenco delle sedi pubblicato unitamente al bando e dipende dal calendario accademico della sede partner. Non può essere inferiore a tre mesi e superiore ai sei mesi.

4) Doppia Laurea

La Doppia Laurea è un programma integrato di studio istituito da due università che permette agli studenti del corso di studio di frequentare una parte della carriera presso la propria università e una parte presso le università partner, ottenendo al termine del percorso un titolo doppio o multiplo, riconosciuto nei paesi presso i quali si è svolto il percorso universitario.

Il Dipartimento ha siglato quattro accordi, uno con l'Università di Applied Sciences di Augsburg (Germania), uno con

l'Università di Applied Sciences di Bochum (Germania), uno con l'Università Jaume I di Castellon - Facultad de Ciencias Jurídicas y Económicas (Spagna), uno con l'Université d'Angers (Francia) per consentire a diversi studenti ogni anno di conseguire un doppio diploma di laurea.

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

Link inserito: <https://www.economia.unimore.it/site/home/international.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	UniverstÄ 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	UniverstÄ Catholique Lille		01/11/2018	solo italiano
16	Francia	UniverstÄ Poitiers		29/01/2018	solo italiano
17	Francia	UniverstÄ© Lille I Sciences et Technologies		23/05/2014	solo italiano
18	Francia	UniverstÄ© d'Angers		19/12/2014	solo italiano
19	Francia	UniverstÄ© d'Angers		13/05/2020	doppio
					solo

20	Francia	Universit� de Montpellier I		23/07/2014	italiano
21	Germania	Bochum - Hochschule		02/11/2016	solo italiano
22	Germania	Fachhochschule Augsburg		15/01/2014	solo italiano
23	Germania	Fachhochschule Augsburg		27/01/2015	doppio
24	Germania	Hochschule		20/05/2016	solo italiano
25	Germania	Hochschule fur Technik und Wirtschaft (HTW) Berlin - University of Applied Sciences		18/09/2014	solo italiano
26	Germania	Justus Liebig Universit�t		16/12/2013	solo italiano
27	Germania	Katholische Universit�t Eichst�tt-Ingolstadt		27/11/2013	solo italiano
28	Germania	Rostock Universit�t		02/11/2016	solo italiano
29	Germania	University of Potsdam		25/11/2013	solo italiano
30	Germania	Universit�t Kassel		17/01/2014	solo italiano
31	Lituania	Viesoji istaiga Klaipedos Socialiniu Mokslu Kolegija - Klaipeda		16/12/2013	solo italiano
32	Marocco	Universidad de Granada		02/11/2015	solo italiano
33	Norvegia	Molde University College		06/12/2013	solo italiano
34	Paesi Bassi	Inholland University - Rotterdam		11/06/2014	solo italiano
35	Polonia	Akademia Polonijna w Czestochowie		16/12/2013	solo italiano
36	Polonia	Turon University		13/02/2017	solo italiano
37	Portogallo	IESF (Escola Superior de Neg�cios Atl�ntico)		02/11/2016	solo italiano
38	Portogallo	Instituto Polit�cnico do Porto		22/01/2014	solo italiano
39	Portogallo	Instituto Universitario de Lisboa (ISCTE-IUL)		14/01/2014	solo italiano
40	Portogallo	PolYTECHNIC Institute of Cavado and Ave		17/01/2014	solo italiano
41	Portogallo	Universidade De Coimbra	29242-EPP-1-2014-1-PT-EPPKA3-ECHE	14/01/2014	solo italiano
	Regno				solo

42	Unito	University Of Strathclyde	28540-EPP-1-2014-1-UK-EPPKA3-ECHE	13/05/2014	italiano
43	Repubblica Ceca	Ceska Zemedelska Univerzita V		10/01/2014	solo italiano
44	Romania	Universitatea din București		23/05/2014	solo italiano
45	Romania	University		20/11/2013	solo italiano
46	Spagna	Universidad 'Jaume I' de Castellon		11/04/2014	solo italiano
47	Spagna	Universidad 'Jaume I' de Castellon		12/02/2020	doppio
48	Spagna	Universidad Carlos III		27/11/2013	solo italiano
49	Spagna	Universidad De Almeria	29569-EPP-1-2014-1-ES-EPPKA3-ECHE	17/01/2014	solo italiano
50	Spagna	Universidad De Granada	28575-EPP-1-2014-1-ES-EPPKA3-ECHE	18/11/2013	solo italiano
51	Spagna	Universidad De Jaen	29540-EPP-1-2014-1-ES-EPPKA3-ECHE	17/11/2014	solo italiano
52	Spagna	Universidad De La Rioja	28599-EPP-1-2014-1-ES-EPPKA3-ECHE	04/12/2013	solo italiano
53	Spagna	Universidad De Las Palmas De Gran Canaria	29547-EPP-1-2014-1-ES-EPPKA3-ECHE	08/05/2014	solo italiano
54	Spagna	Universidad De Oviedo	29551-EPP-1-2014-1-ES-EPPKA3-ECHE	19/12/2013	solo italiano
55	Spagna	Universidad De Zaragoza	28666-EPP-1-2014-1-ES-EPPKA3-ECHE	15/01/2014	solo italiano
56	Spagna	Universidad Rey Juan Carlos		04/12/2013	solo italiano
57	Spagna	Universidad San Pablo CEU		27/03/2014	solo italiano
58	Spagna	Universidad de A Coruña		03/12/2014	solo italiano
59	Spagna	Universidad de Cádiz		14/02/2014	solo italiano
60	Spagna	Universidad de La Laguna		08/05/2014	solo italiano
61	Spagna	Universidade de Santiago de Compostela		03/12/2013	solo italiano
62	Spagna	Universitat Pompeu Fabra		06/12/2013	solo italiano
63	Spagna	Universitat Rovira I Virgili	28675-EPP-1-2014-1-ES-EPPKA3-ECHE	11/11/2013	solo italiano
64	Spagna	Universitat de València		02/11/2015	solo italiano

65	Svezia	Hogskolan Kristianstad	03/12/2013	solo italiano
66	Svezia	Högskolan Dalarna	16/12/2013	solo italiano
67	Svizzera	Haute ecole Specialisee de Suisse occidentale	01/11/2018	solo italiano
68	Svizzera	Hochschule Lucerne University - Wirtschaft	21/02/2014	solo italiano
69	Svizzera	Zurcher Hochschule Winterthur	10/01/2014	solo italiano
70	Turchia	Istanbul University	02/11/2016	solo italiano
71	Ungheria	ESSCA - sede di Budapest	28/11/2013	solo italiano
72	Ungheria	Eotvos Lorand University (ELTE)	01/11/2018	solo italiano

▶ QUADRO B5

Accompagnamento al lavoro

L'attività di orientamento al lavoro svolta dal Dipartimento di Economia Marco Biagi è seguita dal proprio Ufficio stage e da un docente Delegato all'Orientamento. 28/04/2021

Fulcro di tale attività è la promozione di numerosi tirocini per gli studenti laureandi, tramite una rete consolidata di contatti aziendali.

Il Dipartimento, inoltre, organizza presentazioni aziendali o recruiting day con aziende interessate ad incontrare gli studenti per finalità di selezione ed inserimento del personale. Nell'ambito dei singoli insegnamenti possono essere promossi incontri specifici con testimoni significativi del mondo del lavoro, per orientare le scelte professionali dei laureandi del corso di studio. E' prevista, infine, una bacheca sul sito di Dipartimento per diffondere opportunità di tirocinio e lavoro rivolte a laureandi e neolaureati.

A livello centrale, l'Ufficio Orientamento al Lavoro e Placement di Ateneo offre diversi servizi per favorire l'inserimento lavorativo dei laureati UNIMORE. Tra questi: l'organizzazione periodica di incontri con le imprese e di Morejobs, il Career Day annuale di Unimore; la consulenza per la ricerca del lavoro e per la stesura del proprio curriculum vitae; la gestione della Piattaforma Placement UNIMORE per la pubblicazione di annunci di lavoro e di tirocinio e per la consultazione gratuita dei CV dei laureati, a favore di Aziende/Enti/Organizzazioni per finalità di selezione e avviamento all'occupazione.

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

Link inserito: <https://www.economia.unimore.it/site/home/enti-e-imprese.html>

▶ QUADRO B5

Eventuali altre iniziative

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

05/03/2021

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>

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. 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 si tiene conto del sito del TOLC-E - sezione 'lingua inglese'.

Per la partecipazione ai lettori delle seconde lingue di un placement test, organizzato dal Centro linguistico di Ateneo.

▶ QUADRO B6

Opinioni studenti

Ricordando che nel secondo semestre dellaa 2019/20 l'obbligo di compilazione del questionario era stato rimosso, e poi reintrodotta a partire dal primo semestre dellaa 2020/21, dalla lettura dei dati relativi agli anni accademici 2018/19, 2019/20, 2020/21 emerge una dinamica del CDS che si conferma complessivamente positiva sotto il profilo del processo formativo così come percepito dagli studenti.

Una prima osservazione scaturisce dall'analisi del dato relativo al numero di rispondenti che è risultato più elevato nellaa 2020/21, pari a 4308, rispetto allaa 2018/19 pre-Covid, pari a 3853, dato che sembra segnalare una buona risposta degli studenti alla modalità di frequenza dei corsi a distanza. A fronte di questa propensione, il livello di soddisfazione complessiva espressa dagli studenti rispetto agli insegnamenti del CDS si è mantenuto elevato nel triennio (pari a 79% in media di giudizi positivi espressi dagli studenti ('Più SI che NO' + 'Decisamente SI'), rispetto al totale delle risposte) con un leggero incremento nellaa 2020-21 (pari a 79,7%), rispetto all'anno precedente (pari a 76,7%) e solo di un punto percentuale inferiore rispetto allaa pre-Covid (pari a 80,7%).

Nello specifico, le percentuali di soddisfazione rispetto al carico di studio, al materiale didattico, alla chiarezza nella definizione delle modalità d'esame, agli orari di svolgimento delle lezioni, alle attività didattiche integrative (esercitazioni, tutorati, laboratori, ecc.), alla coerenza dell'insegnamento svolto rispetto a quanto dichiarato sul sito del cds, alla reperibilità

25/08/2021

dei docenti del cds, all'interesse verso gli argomenti trattati nell'insegnamento, all'organizzazione complessiva degli insegnamenti previsti nel periodo di riferimento, sono decisamente elevate nel corso del triennio in esame, mantenendosi al di sopra dell'80%. Si registra inoltre nella 2020-21 un incremento della percentuale di soddisfazione relativa alla chiarezza del docente (pari a 81,4%, media dei due semestri) rispetto alla 2018-19 (80,6%).

Anche la soddisfazione rispetto all'adeguatezza delle conoscenze preliminari, alla capacità del docente di stimolare/motivare l'interesse verso la disciplina, e al carico di studio complessivo degli insegnamenti previsti nel periodo di riferimento risulta elevata nel triennio (di poco inferiore all'80%).

Link inserito: <http://>

Pdf inserito: [visualizza](#)

▶ QUADRO B7

Opinioni dei laureati

Si segnala che in merito all'analisi dei dati relativi al livello di soddisfazione dei laureati, basati sull'aggiornamento ^{25/08/2021} Almalaura 2021, nel 2020 sono stati intervistati 107 dei 205 laureati, pari al 52%, percentuale decisamente inferiore rispetto alle percentuali degli anni precedenti, in media superiore al 90%. La lettura dei dati relativi al 2020 può risentire quindi degli effetti della pandemia.

Ciò premesso, i dati mostrano un elevato livello complessivo di soddisfazione dei laureati: se si sommano coloro che rispondono 'Decisamente sì' e 'Più sì che no' si ottiene una percentuale del 94% degli intervistati nel 2020, dato in linea con la media del periodo considerato (2018-20, pari a 94%). Il dato è di due punti percentuali superiore rispetto al dato nazionale della medesima classe di laurea (92% degli intervistati nel 2020) e di un punto percentuale rispetto al dato dell'area geografica di riferimento (93% degli intervistati nel 2020). Occorre tuttavia registrare che la percentuale dei rispondenti che si dichiara decisamente soddisfatta nel 2020 è pari al 37%, in calo rispetto al dato del 2019 (pari al 45%) e al dato nazionale e dell'area geografica di riferimento (in entrambi i casi pari al 42%).

La maggioranza degli intervistati (61%) dichiara di aver regolarmente frequentato più del 75% degli insegnamenti del corso (in linea con il dato dell'anno precedente), e il 26% più del 50% (in calo di 4 punti rispetto all'anno precedente). Nonostante il 2020 sia stato caratterizzato nel secondo semestre dalla didattica a distanza, il dato evidenzia una tenuta della frequenza anche con tale modalità.

Il 95% considera il carico degli insegnamenti adeguato alla durata del CDS (dato di un punto percentuale superiore rispetto alla media degli ultimi tre anni, e superiore rispetto al dato nazionale della medesima CL, pari a 88%, e al dato dell'area geografica di riferimento, pari al 90%).

L'85% degli intervistati valuta positivamente il rapporto con i docenti (dato tuttavia in calo di 5 punti rispetto all'anno precedente, di 4 punti inferiore rispetto al periodo considerato, e di due punti percentuali rispetto al dato nazionale del CL e dell'area di riferimento).

Così come è elevata la percentuale degli intervistati (pari al 97%) che ha giudicato il materiale didattico degli insegnamenti come adeguato (in linea con la media degli ultimi 3 anni; si segnala un leggero calo della percentuale di coloro che hanno risposto decisamente sì, pari al 41% rispetto alla media degli ultimi 3 anni pari al 47%).

L'organizzazione degli esami è valutata positivamente dall'84% dei rispondenti (in calo tuttavia di 4 punti rispetto alla media degli ultimi tre anni).

L'86% dei rispondenti riconosce di aver ottenuto risultati agli esami in linea con l'effettiva preparazione (dato in crescita e superiore di 5 punti rispetto alla media degli ultimi 3 anni, pari all'81%).

Sebbene si confermi la valutazione complessivamente positiva del CdS, come dimostra la percentuale degli intervistati che dichiara che si iscriverebbe di nuovo allo stesso CdS, pari al 69%, si segnala tuttavia una leggera flessione del dato rispetto al triennio precedente e al dato medio (pari al 72%).

La percentuale di studenti che hanno svolto un periodo di studi all'estero durante la loro carriera (31%) è risultata in calo rispetto al dato dell'anno precedente (pari al 44%) e rispetto alla media dell'ultimo triennio (pari al 36%), sebbene superiore rispetto alla media nazionale (12%) e all'area geografica di riferimento (14%). È evidente che il dato risente degli effetti del lockdown causato dalla pandemia. L'88% di questi studenti ha usufruito del programma Erasmus e il 97% giudica tale esperienza in modo positivo.

Anche l'esperienza del tirocinio, svolta dal 50% degli intervistati (dato decisamente in calo rispetto al triennio precedente, a causa della pandemia, e più basso rispetto al dato nazionale, pari al 56% e al dato relativo all'area di riferimento, pari al 63%),

è giudicata positivamente dal 90% di quelli che ne hanno usufruito (il dato risulta tuttavia in calo rispetto all'anno precedente pari al 98%).

Nonostante la parzialità del dato, riferibile al primo semestre dellaa 2019-20, i giudizi relativi all'adeguatezza delle aule e delle postazioni informatiche a disposizione sono positivi per la maggioranza degli intervistati (rispettivamente per il 93% e il 65% degli intervistati, percentuali di poco superiori alla media del periodo considerato).

Infine, i dati sull'intenzione di voler proseguire gli studi indicano che il 76% dei laureati intervistati intende proseguire (dato tuttavia in calo di 3 punti rispetto al periodo considerato) principalmente per completare la propria formazione (88%).

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

25/08/2021

Dati di ingresso: Nel 2020/21 il numero degli iscritti sebbene alto (193) risulta leggermente in flessione rispetto all'anno precedente (202) e inferiore alla media degli ultimi tre anni (202). Si segnala inoltre che il numero degli iscritti nell'anno 2020/21 è significativamente inferiore rispetto all'area geografica di riferimento (245, dato in crescita) e al dato nazionale (262, dato in crescita) della medesima Classe di Laurea (CL).

La percentuale di iscritti al primo anno provenienti da altre regioni è pari al 30,9%, in crescita rispetto agli anni precedenti (dato medio ultimo triennio 23,9%), superiore rispetto al dato nazionale (26,1%), ma inferiore rispetto al dato della medesima CL dell'area geografica di riferimento (34,4%, dato leggermente in crescita).

Dati di percorso: l'analisi si riferisce all'anno 2019/20, in cui si registra un tasso di abbandoni in calo rispetto agli anni precedenti e pari al 12,1%, marcando una netta distanza di tale dato, in positivo, rispetto a quanto accade con riferimento alla medesima CL sia nell'area geografica di riferimento (21,6%) che a livello nazionale (28,3%). Risulta tuttavia in calo la percentuale di studenti che proseguono nel II anno nello stesso corso di studio pari a 88,6%, inferiore alla media degli ultimi 3 anni (90,7%). Il CdS conferma il dato positivo relativo alla velocità di attraversamento: per la coorte 2019/20 il numero dei CFU medi conseguiti nel primo anno di corso è stato pari a 42/60 (69,8%), in leggera ripresa rispetto all'anno precedente (68%), e di poco inferiore rispetto alla media dell'ultimo triennio (71%). Si evidenzia lo scarto positivo in relazione al dato nazionale della medesima CL (36 CFU conseguiti in media, pari al 60,5%).

La percentuale di studenti iscritti che prosegue al II anno nello stesso cds, avendo acquisito almeno 40 CFU al 1° anno, è pari al 60,4% nell'anno 2019/20, in significativo aumento rispetto all'anno precedente (pari a 48,8%) e alla media degli ultimi anni (pari a 56,8%), così come rispetto al dato nazionale della medesima CL (51,1%), ma ancora inferiore al dato dell'area geografica di riferimento (61,3%).

La percentuale di studenti iscritti entro la durata normale del CdS che hanno acquisito almeno 40 CFU è pari al 73%, dato in crescita e superiore rispetto alla media degli ultimi 3 anni (pari a 70,7%), così come al dato della medesima CL sia dell'area geografica di riferimento (67,4%) sia a livello nazionale (60%).

Si conferma il dato positivo sull'internazionalizzazione degli studenti del CdS, come dimostra la percentuale di laureati che hanno acquisito almeno 12 CFU all'estero nell'anno 2020-21, pari al 33,3%, sebbene il dato risulti in calo e inferiore rispetto alla media degli ultimi 3 anni (38,9%), ma decisamente superiore rispetto sia all'area geografica di riferimento (17,1%) che al dato nazionale (18,4%) della medesima CL.

Dati di uscita: La percentuale di laureati in corso nell'anno 2020/21 si attesta al 78,3%, dato in crescita rispetto alla media degli ultimi 3 anni (77,2%), ma leggermente in calo rispetto all'anno precedente (pari a 79,1%), e superiore sia rispetto all'area geografica di riferimento (69,6%) che soprattutto al dato nazionale (63,2%) della medesima CL.

Gli studenti fuori corso, che si laureano dopo un anno dalla durata normale del corso, sono pari all'80,8% nell'anno 2019/20, in aumento rispetto all'anno precedente (pari a 73,1%) e superiore rispetto alla media degli ultimi 3 anni (75%) e rispetto sia all'area geografica di riferimento (66,2%) che soprattutto al dato nazionale (55,7%) della medesima CL.

Descrizione link: Pagina Dati CdS

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

▶ QUADRO C2

Efficacia Esterna

30/08/2021

I dati analizzati fanno riferimento alla rilevazione AlmaLaurea 2021; l'ultimo anno disponibile della rilevazione è il 2019 in cui sono stati intervistati 146 dei 187 laureati CLEMI (78%).

Nel 2019 il 69% degli intervistati dichiara di essersi iscritto ad un CdLM, dato in crescita e superiore rispetto alla media dell'ultimo triennio 2017-2019 (pari al 67%). La percentuale è di un punto percentuale inferiore al dato della medesima classe di laurea (CL) dell'area geografica di riferimento (pari al 70%) e di 5 punti rispetto al dato nazionale della medesima CL (pari al

74%).

Il 29% degli intervistati dichiara di non essersi mai iscritto ad altro corso di studi.

Ad un anno dalla laurea, il 38% lavora (dato in linea rispetto alla media degli ultimi 3 anni), di cui il 14% decide di lavorare mentre prosegue il percorso di studi di LM. Queste percentuali risultano significativamente superiori rispetto al dato nazionale della medesima classe di laurea (pari al 27% dei laureati che lavorano ad un anno dalla laurea, di cui il 12% è iscritto ad una LM) e al dato dell'area geografica di riferimento (pari al 34% dei laureati che lavorano ad un anno dalla laurea, di cui il 15% è iscritto ad una LM).

Un dato che deve richiamare l'attenzione è quello riferito all'utilizzo in ambito lavorativo delle competenze acquisite nel cds: nel 2019 il 33% dichiara di utilizzarle in misura consistente, il 42% in misura ridotta e il 25% per niente. Sebbene il dato sia in miglioramento (la percentuale di chi dichiara di utilizzarle in misura elevata è in crescita rispetto all'ultimo triennio, il cui valore medio è pari al 28%; mentre si riduce la percentuale di chi dichiara di utilizzarle in misura ridotta, rispetto al dato medio del triennio pari al 50%; risulta invece di poco più elevata la percentuale di chi dichiara di non utilizzarle affatto rispetto al dato medio del triennio, pari al 22%), permane una valutazione non positiva circa l'utilizzo delle competenze acquisite nel cds. Il dato è leggermente più alto rispetto alla percentuale nazionale e dell'area geografica di riferimento della medesima classe di laurea (pari in entrambi i casi al 31% di chi dichiara di utilizzare le competenze del cds in misura elevata), dove pure si conferma la non soddisfacente valutazione delle competenze acquisite.

Una lettura più articolata dei dati riportati, che analizza il grado di utilizzo delle competenze acquisite in relazione alla professione lavorativa svolta, rileva che, tra le professioni più frequenti, il giudizio non soddisfacente fa in particolare riferimento a professioni come Impiegato amministrativo, addetto alla segreteria, addetto alle risorse umane, videoterminista svolta dal 29% degli occupati, di cui il 26% dichiara di utilizzare le competenze acquisite in misura elevata, mentre il 67% in misura ridotta, e il 7% per niente; Segretario amministrativo/di direzione, contabile, spedizioniere e altre professioni tecniche nell'organizzazione amministrativa, svolta dal 23% degli occupati, di cui il 39% dichiara di utilizzare le competenze acquisite in misura elevata, mentre il 56% in misura ridotta, e il 6% per niente; Negoziante, commesso, cameriere e altre professioni qualificate in campo commerciale, scelta dal 19% degli intervistati in posizione lavorativa, di cui il 28% dichiara di utilizzare le competenze acquisite in misura ridotta, e il 69% per niente. Il giudizio migliora, sebbene non su percentuali elevate, nel caso di professioni come Project manager e altri esperti delle scienze gestionali, commerciali e bancarie, professione svolta dall'16% degli intervistati, di cui il 44% dichiara di utilizzarle in misura elevata, il 44% in misura ridotta e il 12% per niente. Nonostante i giudizi sopra riportati relativi all'efficacia delle competenze, la maggioranza degli intervistati (67%) dichiara di considerare efficace la laurea per il lavoro svolto. Sebbene anche questo dato sia in crescita, in particolare con riferimento alla percentuale di chi dichiara molto efficace la laurea (31%), e di tre punti superiore alla media dell'ultimo triennio considerato, risulta leggermente inferiore al dato nazionale della medesima CL (pari al 73%) e al relativo dato dell'area geografica di riferimento (pari al 76%). In media, i laureati intervistati dichiarano di essere abbastanza soddisfatti per il lavoro svolto (7,5 su una scala 1-10), dato in linea con la media degli ultimi tre anni (7,5), e con il dato nazionale (7,5) e dell'area di riferimento (7,6) relativi alla medesima CL.

Le valutazioni precedentemente riportate giustificano da un lato la validità delle premesse che hanno portato alla dichiarazione del carattere del CdS, nei suoi aspetti culturali e professionalizzanti, dall'altro il processo di revisione in atto nel cds rispetto ad alcuni aspetti dell'attuale offerta formativa al fine di migliorare le competenze acquisite dallo studente CLEMI e di meglio adeguarle agli obiettivi formativi del cds. Un'ulteriore riflessione è inoltre in corso in merito alle attività di accompagnamento al lavoro, a partire dai tirocini, al fine di favorire una migliore collocazione dei laureati CLEMI in posizioni lavorative maggiormente in linea con gli obiettivi formativi del cds.

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 curricolare o extra-curricolare

Si analizzano i dati della rilevazione delle opinioni di enti e imprese che hanno ospitato tirocini nel periodo 01.01.2020 - 26/08/2021 - 31.12.2020 (documento redatto dall'Ufficio Stage del Dipartimento di Economia Marco Biagi). Si ricorda che il numero di stage attivati in tale anno è risultato significativamente contenuto rispetto all'anno precedente per effetto del lockdown causato dalla crisi sanitaria.

Su 87 tutor aziendali, 83 hanno risposto al questionario. Di questi, il 25% sono imprenditori, il 14% dirigenti, il 21%

responsabili delle risorse umane, il 40% soggetti con altre qualifiche.

Le competenze di base del tirocinante sono state giudicate adeguate alle necessità aziendali dal 99% dei rispondenti, con una netta prevalenza di chi ha risposto decisamente sì (pari al 75%). Tutti i tutor aziendali ritengono che i tirocinanti abbiano svolto con impegno l'attività in azienda.

Relativamente alle competenze/capacità sviluppate dal tirocinante nel corso della sua esperienza di tirocinio, la maggioranza dei rispondenti afferma che i tirocinanti hanno sviluppato le seguenti competenze: competenze tecnico professionali, competenze nell'uso di strumenti o di dispositivi specifici, padronanza delle lingue straniere, capacità di adattamento alle nuove situazioni, capacità di lavorare per obiettivi in base ai tempi e alle scadenze fissate dal tutor aziendale, capacità di affrontare e risolvere problemi, offrendo soluzioni innovative ed alternative nella gestione di un lavoro, capacità di lavorare in gruppo, con percentuali di poco inferiori al 90% dei rispondenti che hanno risposto decisamente sì con riferimento a soft skill come capacità di adattamento a nuove situazioni, di lavorare per obiettivi e di lavorare in gruppo.

Tutti i rispondenti dichiarano che sono stati raggiunti gli obiettivi formativi del tirocinio, di cui il 93% risponde decisamente sì. Complessivamente, l'attività del tirocinante è risultata soddisfacente da tutti i rispondenti, di cui il 92% risponde decisamente sì. Tuttavia, nonostante gli ottimi giudizi sul tirocinio, solo il 20% dei rispondenti dichiara di aver fatto un'offerta di lavoro al tirocinante a seguito del tirocinio. Nei casi di offerte di lavoro (17), il tipo di collaborazione attivato ha riguardato in 8 casi la tipologia del contratto di collaborazione occasionale; in 3 di contratto di apprendistato; in un caso di contratto dipendente a tempo determinato, e in uno di lavoro autonomo effettivo; in 4 casi altre tipologie di contratto.

Infine, tutti i rispondenti hanno mostrato soddisfazione per come l'Università ha gestito il servizio di tirocinio, con il 90% che ha risposto decisamente sì.

Link inserito: <http://>

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Elaborazioni statistiche