

REGOLAMENTO DIDATTICO DEL CORSO DI LAUREA IN

GESTIONE DI IMPRESA

Classe di laurea L18

(in vigore a partire dall'AA 2025/2026)

Sommario

Art. 1 - Titolo. Obiettivi. Durata. Crediti	3
Art. 2 – Sbocchi professionali e occupazionali Obiettivi formativi specifici, Risultati di apprendimento attesi.....	3
Art. 3 – Accesso al Corso di Laurea	3
Art. 4 – Curricula formativi e articolazione degli insegnamenti per Anno Accademico	3
Art. 5 – Crediti formativi	4
Art. 6 – Erogazione della didattica on line e materiali didattici	4
Art. 7 – Approccio all’insegnamento e all’apprendimento.....	5
Art. 8 – Iscrizione contemporanea a due corsi di istruzione superiore	5
Art. 9 – Obblighi di frequenza on line	6
Art. 10 – Studenti con specifiche esigenze	6
Art. 11 – Mobilità internazionale e riconoscimento degli studi compiuti	6
Art. 12 – Prove di verifica	7
Art. 13 – Prova finale	7
Art. 14 – Riconoscimento Crediti Formativi Universitari	7
Art. 15 – Consiglio del Corso di Studi.....	8
Art. 16 – Trasparenza e Assicurazione della Qualità.....	8
Art. 17 – Norma di rinvio	8
Art. 18 – Entrata in vigore	8
Art. 19 – Modifiche al Regolamento.....	9
ALLEGATO 1	11
Il Corso di Studio in breve.....	11
Profilo professionale e sbocchi occupazionali (Scheda SUA QUADRO A2.a).....	13
Obiettivi formativi specifici del Corso (Scheda SUA QUADRO A4.a)	17
Risultati di apprendimento attesi (Scheda SUA QUADRI A4.b.1 e A4.c)	18
Curriculum: STATUTARIO	20
Curriculum: ECONOMICO-DIGITALE	21
Curriculum: MARKETING E VENDITE	22
Curriculum: ECONOMIA SOCIALE	23
Curriculum: GESTIONE DI IMPRESA CON SOLE 24ORE FORMAZIONE.....	24
ALLEGATO 2.....	25
Elenco degli insegnamenti e delle altre attività formative.....	25

Art. 1 - Titolo. Obiettivi. Durata. Crediti

1. Il presente regolamento disciplina il corso di laurea in *Gestione di Impresa* appartenente alla classe L18.
2. La durata del corso di laurea è di anni 3.
3. La presente laurea si consegue con l'acquisizione di complessivi 180 CFU, compresi quelli relativi alla prova finale, alle conoscenze obbligatorie oltre alle prove di lingua italiana e di una lingua europea.
4. La prova di lingua italiana è limitata agli studenti non aventi cittadinanza italiana; la prova di lingua europea (per tutti gli iscritti al corso di laurea) si intende assorbita dal superamento dell'esame specifico previsto all'interno del piano di studi.
5. La struttura didattica competente per il corso di laurea in questione è la Facoltà di Scienze Economiche e Giuridiche (SEGI).

Art. 2 – Sbocchi professionali e occupazionali Obiettivi formativi specifici, Risultati di apprendimento attesi

1. Sbocchi professionali e occupazionali Obiettivi formativi specifici, Risultati di apprendimento attesi sono contenuti nell'Allegato 1 del presente Regolamento Didattico e coincidono con quelli indicati nella Scheda SUA di ciascun anno accademico e pubblicata sulla Banca dati Ministeriale University.

Art. 3 – Accesso al Corso di Laurea

1. L'ammissione al Corso in *Gestione di Impresa* richiede il possesso di un Diploma di Scuola Media Superiore o altro titolo di studio conseguito all'estero e riconosciuto equipollente o idoneo dalla normativa vigente. Il riconoscimento dell'idoneità dei titoli di studio conseguiti all'estero ai soli fini dell'ammissione al Corso di Studio è deliberato dall'Università, nel rispetto degli accordi internazionali vigenti.
È altresì richiesta un'adeguata preparazione di base nell'ambito della lingua italiana e una buona conoscenza della cultura generale di base. In particolare, lo studente deve possedere un adeguato livello di preparazione iniziale nella logica, nella cultura economica e gestione di impresa, nella comunicazione e interpretazione dei testi. Il livello di approfondimento delle conoscenze di base richiesto è quello previsto nei programmi di studio delle scuole secondarie di secondo grado.
2. La verifica della preparazione iniziale avverrà tramite un test di ammissione, secondo le modalità indicate nel "Regolamento requisiti di ammissione ai Corsi di Studio" dell'Ateneo. Agli studenti che non superano tale test, e intendono ugualmente iscriversi, sono assegnati Obblighi Formativi Aggiuntivi (OFA) che verranno assolti con attività di recupero formativo consistenti nell'obbligo a seguire i precorsi (Corsi Zero) appositamente erogati dall'Università e a superare i relativi test finali.
3. Il Regolamento di Ammissione è disponibile sul sito istituzionale di Ateneo all'indirizzo <https://www.unimercatorum.it/ateneo/documenti-ufficiali>.

Art. 4 – Curricula formativi e articolazione degli insegnamenti per Anno Accademico

1. I curricula formativi per anno accademico sono contenuti nell'Allegato 1 del presente Regolamento Didattico e coincidono con quelli indicati nella Scheda SUA di ciascun anno accademico e pubblicata sulla Banca dati Ministeriale University.
2. Per ogni insegnamento è definita una scheda sintetica (vedi Allegato 2), contenente le

seguenti sezioni:

- a. Denominazione;
 - b. Settore scientifico disciplinare;
 - c. Obiettivi formativi specifici;
3. Le schede degli insegnamenti sono rese note prima dell'inizio di anno accademico.
 4. I docenti responsabili degli insegnamenti e delle altre attività formative e i relativi CV sono disponibili sul sito istituzionale di Ateneo al seguente indirizzo:
<https://www.unimercatorum.it/ateneo/docenti>.
 5. La definizione delle schede insegnamento è coordinata dal Gruppo di Assicurazione della Didattica al fine, in particolare, di:
 - a. evitare lacune o sovrapposizioni nella definizione dei risultati di apprendimento specifici e dei programmi;
 - b. verificare l'adeguatezza delle tipologie di attività didattiche adottate al fine di favorire l'apprendimento degli studenti;
 - c. assicurare l'idoneità delle modalità di verifica dell'apprendimento ai fini di una corretta valutazione dell'apprendimento degli studenti.

Art. 5 – Crediti formativi

1. I crediti formativi universitari (CFU) sono una misura dell'impegno complessivo richiesto allo studente per il raggiungimento degli obiettivi previsti, comprensivo dell'attività didattica assistita e dell'impegno personale, nell'ambito delle attività formative previste dal corso di studi.
2. Un CFU corrisponde a 25 ore di impegno complessivo.
3. Un CFU corrisponde a 6 ore DE e 1 ora di DI.

Art. 6 – Erogazione della didattica on line e materiali didattici

1. Il modello didattico adottato prevede sia didattica erogativa (DE) sia didattica interattiva (DI):
 - a. la didattica erogativa (DE) comprende il complesso di quelle azioni didattiche assimilabili alla didattica frontale in aula, focalizzate sulla presentazione-illustrazione di contenuti da parte del docente (ad esempio registrazioni audio-video, lezioni in web conference, courseware prestrutturati o varianti assimilabili, ecc);
 - b. la didattica interattiva (DI) comprende il complesso degli interventi didattici, tra cui interventi brevi effettuati dai corsisti (ad esempio in ambienti di discussione o di collaborazione, in forum, blog, wiki), e-tivity strutturate (individuali o collaborative), sotto forma tipicamente di report, esercizio, studio di caso, problem solving, web quest, progetto, produzione di artefatto (o varianti assimilabili), effettuati dai corsisti.
2. La metodologia didattica posta in essere prevede l'utilizzo di learning objects (unità di contenuto didattico), in cui convergono molteplici strumenti didattici (materiali e servizi), che agiscono in modo sinergico sul percorso di formazione ed apprendimento dello studente. Inoltre, ciascuno studente partecipa alle attività della classe virtuale, e viene seguito dal titolare della disciplina che è responsabile della didattica.
3. L'obiettivo di stimolare gli studenti lungo tutto il percorso didattico, creando un contesto sociale di apprendimento, viene conseguito anche attraverso l'organizzazione degli studenti in gruppi di lavoro gestiti da tutor esperti dei contenuti e formati agli aspetti tecnico-comunicativi della didattica online, che verificano la progressione dell'apprendimento degli studenti nelle classi virtuali, attraverso la Didattica Erogativa e la Didattica Interattiva.

Art. 7 – Approccio all’insegnamento e all’apprendimento

1. Il CdS promuove un approccio alla didattica “centrato sullo studente”, che incoraggia gli studenti ad assumere un ruolo attivo nel processo di insegnamento e apprendimento, creando i presupposti per l’autonomia dello studente nelle scelte, prevedendo metodi didattici che favoriscano la partecipazione attiva nel processo di apprendimento e l’apprendimento critico degli studenti e favorendo l’autonomia dello studente nell’organizzazione dello studio.

Art. 8 – Iscrizione contemporanea a due corsi di istruzione superiore

1. In applicazione della Legge n. 33/2022 e dei DD.MM. attuativi n. 930/2022 e n. 933/2022, a partire dall’A.A. 2022/2023, ciascuno studente può iscriversi contemporaneamente a due diversi corsi di laurea o di laurea magistrale, sia solo presso Universitas Mercatorum, sia presso Universitas Mercatorum e altre Università, Scuole o Istituti superiori ad ordinamento speciale, purché i corsi di studio appartengano a classi di laurea o di laurea magistrale diverse, conseguendo due titoli di studio distinti
2. Al fine di favorire l’interdisciplinarità della formazione, l’iscrizione a due corsi di laurea o di laurea magistrale, appartenenti a classi di laurea o di laurea magistrale diverse, è consentita qualora i due corsi di studio si differenzino per almeno i due terzi delle attività formative.
3. È altresì consentita l’iscrizione contemporanea a un corso di laurea o di laurea magistrale e a un corso di master, di dottorato di ricerca o di specializzazione, ad eccezione dei corsi di specializzazione medica.
4. Non è consentita l’iscrizione contemporanea a due corsi di laurea o di laurea magistrale appartenenti alla stessa classe, sia solo presso Universitas Mercatorum, sia presso Universitas Mercatorum e altre Università, Scuole o Istituti superiori ad ordinamento speciale.
5. L’iscrizione contemporanea è consentita presso istituzioni italiane ovvero italianeed estere.
6. Resta fermo l’obbligo del possesso dei titoli di studio richiesti per l’accesso al corso di laurea oggetto del presente Regolamento nonché per altro corso scelto.
7. In fase di iscrizione, lo studente dichiara la volontà di iscriversi al secondo corso universitario, autocertificando il possesso dei requisiti necessari. Tale dichiarazione dovrà essere presentata presso entrambe le istituzioni. La medesima dichiarazione dovrà essere presentata anche nel caso in cui ci sia un passaggio di corso all’interno dello stesso Ateneo oppure un trasferimento di corso tra Atenei diversi ovvero nel caso in cui l’iscrizione al secondo corso non sia contestuale all’iscrizione al primo.
8. Qualora uno dei due corsi di studio, secondo quanto disciplinato nel rispettivo regolamento didattico del corso di studio, sia a frequenza obbligatoria, è consentita l’iscrizione ad un secondo corso di studio che non presenti obblighi di frequenza. Tale disposizione non si applica relativamente ai corsi di studio per i quali la frequenza obbligatoria è prevista per le sole attività laboratoriali e di tirocinio.
9. Su istanza dello studente è possibile riconoscere le attività formative svolte in uno dei corsi di studio cui lo studente risulta contemporaneamente iscritto:
 - a. nel caso di attività formative mutate nei due diversi corsi di studio, il riconoscimento è concesso automaticamente agli studenti, anche in deroga agli eventuali limiti quantitativi annuali previsti.
 - b. nel caso di riconoscimento parziale delle attività formative, l’Università promuove l’organizzazione e la fruizione da parte dello studente di attività formative integrative al fine del pieno riconoscimento dell’attività formativa svolta.
10. Con uno o più decreti Rettorali saranno disciplinate le modalità e i termini dei riconoscimenti automatici in itinere per effetto di esami sostenuti presso altro Ateneo, anche attraverso procedure telematiche, ivi compresa la modulistica e la documentazione probatoria da

esibire.

11. È consentita, nel limite di due iscrizioni, l'iscrizione contemporanea a corsi di studio universitari e a corsi di studio presso le istituzioni dell'AFAM. Resta fermo l'obbligo del possesso dei titoli di studio richiesti dall'ordinamento per l'iscrizione ai singoli corsi di studio. Al fine di favorire l'interdisciplinarietà della formazione, l'iscrizione a due corsi di studio è consentita qualora i due corsi si differenzino per almeno i due terzi delle attività formative, in termini di crediti formativi accademici

Art. 9 – Obblighi di frequenza on line

1. Lo studente per essere ammesso alla prova di esame, oltre che essere in regola con il pagamento delle tasse universitarie, deve essere in regola con i tempi di fruizione dei materiali didattici avendo fruito almeno dell'80 per cento delle attività on line ed essendo trascorsi almeno 15 giorni dall'invio delle credenziali d'accesso alla piattaforma. La frequenza on-line sarà ottenuta mediante tracciamento in piattaforma. Lo studente si collegherà alla piattaforma e-learning, attraverso le sue credenziali istituzionali, dove potrà disporre del materiale didattico e fruire delle lezioni.

Art. 10 – Studenti con specifiche esigenze

1. Gli studenti con disabilità, con DSA o BES in possesso dei requisiti previsti dalla legge n. 104/1992 e succ. mod., sulla base delle loro esigenze specifiche, possono richiedere il sostegno didattico individuale. Lo studente che necessita di un'assistenza personalizzata può richiedere:
 - a. un tutor (collaboratore individuale);
 - b. sussidi o attrezzature didattiche specifiche.
2. Il tutor (collaboratore individuale) di solito viene individuato dallo studente stesso, aiuta la persona con disabilità durante lo svolgimento degli esami, attraverso un supporto didattico personalizzato e assistenziale.
3. Gli uffici amministrativi si occupano della progettazione di un percorso di sostegno allo studio individualizzato per le studentesse e gli studenti con disabilità, DSA o BES che ne avanzano richiesta. Gli uffici amministrativi si occupano altresì di rimuovere gli ostacoli che si frappongono fra gli studenti con disabilità e la vita universitaria, cercando di migliorare la possibilità di partecipazione attiva all'insieme delle sue attività e delle sue strutture.

Art. 11 – Mobilità internazionale e riconoscimento degli studi compiuti

1. Nel rispetto della normativa vigente, il CdS, attraverso l'Ateneo, aderisce ai programmi di mobilità studentesca riconosciuti dalle università dell'Unione Europea (programmi Erasmus Plus ed altri programmi risultanti da eventuali convenzioni bilaterali).
2. L'Università assiste gli studenti per facilitarne il periodo di studi all'estero.
3. I periodi di studio all'estero hanno di norma una durata compresa tra 3 e 10 mesi, prorogabile, laddove necessario, fino ad un massimo di 12 mesi. Il piano di studi da svolgere presso l'università di accoglienza, valido ai fini della carriera, e il numero di crediti acquisibili devono essere congrui alla durata. Il Consiglio di Corso di Studio può raccomandare durate ottimali in relazione all'organizzazione del Corso stesso.
4. Le opportunità di studio all'estero sono rese note agli studenti attraverso appositi bandi recanti, tra l'altro, i requisiti di partecipazione e i criteri di selezione. Agli studenti prescelti potranno essere concessi contributi finanziari o altre agevolazioni previste dagli accordi di scambio. Una borsa di mobilità è in genere assegnata nel caso di scambi realizzati nel quadro del programma comunitario Erasmus.

5. Nella definizione dei progetti di attività formative da seguire all'estero e da sostituire ad alcune delle attività previste dal CdS, il CdS perseguire non la ricerca degli stessi contenuti, bensì la piena coerenza con gli obiettivi formativi del Corso. Inoltre, i progetti devono prevedere il riconoscimento degli studi compiuti all'estero, del superamento degli esami e delle altre prove di verifica previste e del conseguimento dei relativi CFU.

Art. 12 – Prove di verifica

1. Le prove di verifica possono essere scritte e/o orali e possono essere disciplinate da apposito Regolamento. La prova scritta consiste in un test a risposta multipla da 31 domande.
2. Nel caso di un insegnamento articolato in moduli (come, ad esempio, gli insegnamenti a scelta) il voto finale è unico.
3. Per ciascun insegnamento è disponibile una scheda riepilogativa che individua anche le modalità di effettuazione delle prove di verifica.

Art. 13 – Prova finale

1. La Prova finale sarà costituita da un elaborato scritto, senza discussione, da presentare in Segreteria ovvero da caricare sulla piattaforma dell'Ateneo.
2. L'attribuzione dell'elaborato per la prova finale può essere richiesta quando lo studente ha acquisito almeno 120 CFU.
3. Per gli elaborati finali dei Corsi di studio triennale, i relatori provvederanno a comunicare alla Commissione di valutazione un giudizio sull'elaborato finale dei propri laureandi, sulla base dei seguenti elementi:
 - a. approfondimento dell'analisi rispetto alla complessità dell'argomento;
 - b. capacità di argomentare;
 - c. chiarezza espositiva/capacità di sintesi.
4. La votazione della prova finale è espressa in centodecimi. La Commissione, all'unanimità, può concedere al candidato il massimo dei voti con lode. Il voto minimo per il superamento della prova è sessantasei centodecimi.
5. L'elaborato dovrà riguardare un tema, un progetto di sviluppo multimediale, un caso di studio, la progettazione di un contesto inerente uno degli insegnamenti del percorso di studio.
6. La lunghezza dell'elaborato finale viene indicativamente definita in un testo compreso fra le 20 e le 40 cartelle.
7. Il punteggio massimo che la Commissione può attribuire all'elaborato finale è pari a 5/110 punti.
8. Un ulteriore bonus di 1/110 punti, definito "bonus laureati in corso/Erasmus" può essere previsto per gli studenti che si laureano in corso e/o abbiano partecipato al programma Erasmus o ad altre tipologie di Programmi Internazionali patrocinati dalla Universitas Mercatorum e abbiano sostenuto e riconosciuto – nell'ambito del programma – almeno un esame di profitto con voto in trentesimi.
9. Il regolamento della prova finale è disponibile sul sito istituzionale di Ateneo all'indirizzo <https://www.unimercatorum.it/ateneo/documenti-ufficiali>.

Art. 14 – Riconoscimento Crediti Formativi Universitari

1. I criteri corrispondenti a ciascuna attività formativa vengono acquisiti dallo studente con il superamento dell'esame e di altra forma di verifica del profitto.
2. Gli studenti a cui saranno riconosciuti almeno 31 crediti verranno iscritti al secondo anno; gli studenti a cui saranno riconosciuti almeno 91 crediti verranno iscritti al terzo anno.

3. I crediti formativi universitari acquisiti nell'ambito di altri corsi della stessa classe di Laurea sono riconosciuti fino alla corrispondenza di quelli dello stesso settore scientifico-disciplinare o affine reperibili dal piano degli studi allegato.
4. La richiesta di riconoscimento sarà valutata dalla Commissione disciplinata dal Regolamento Didattico di Ateneo.

Art. 15 – Consiglio del Corso di Studi

1. Il Consiglio del Corso di Studi è composto da:
 - a. tutti i docenti di ruolo del CdS;
 - b. tutti i docenti di ruolo titolari di supplenze in CdS diversi da quelli in cui sono docenti di riferimento;
 - c. tutti i docenti a contratto del CdS;
 - d. il rappresentante degli studenti del CdS.
2. Il Consiglio del Corso Studi è presieduto dal Coordinatore del CdS, nominato dal Rettore.
3. Il Consiglio del CdS svolge, in collaborazione con gli uffici amministrativi preposti, i seguenti compiti:
 - a. Elabora e sottopone al Consiglio di Facoltà l'Ordinamento didattico del Corso, comprensivo della precisazione dei curricula e dell'attribuzione di crediti alle diverse attività formative, in pieno rispetto degli obiettivi formativi qualificanti indicati dalla normativa vigente;
 - b. Formula gli obiettivi formativi specifici del CdS, indica i percorsi formativi adeguati a conseguirli e assicura la coerenza scientifica ed organizzativa dei vari curricula proposti dall'Ordinamento;
 - c. Determina e sottopone al Consiglio di Facoltà i requisiti di ammissione al CdS, quantificandoli in debiti formativi e progettando l'istituzione da parte della Facoltà di attività formative propedeutiche e integrative finalizzate al relativo recupero;
 - d. Assicura lo svolgimento delle attività didattiche e tutoriali fissate dall'Ordinamento e ne propone annualmente modifiche e precisazioni al Consiglio di Facoltà;
 - e. Promuove la cultura dell'Assicurazione Qualità (AQ) della didattica, in coerenza con le linee strategiche promosse dall'Ateneo.

Art. 16 – Trasparenza e Assicurazione della Qualità

1. Il CdS adotta le procedure per soddisfare i requisiti di trasparenza e le condizioni necessarie per una corretta comunicazione, rivolta agli studenti e a tutti i soggetti interessati. In particolare, rende disponibili le informazioni richieste dalla normativa prima dell'avvio delle attività didattiche. Inoltre, aggiorna costantemente e sollecitamente le informazioni inserite nel proprio sito internet.
2. Il CdS aderisce al sistema di Assicurazione della Qualità dell'Ateneo.

Art. 17 – Norma di rinvio

1. Per quanto non espressamente disciplinato dal presente Regolamento si fa rinvio al Regolamento Didattico di Ateneo.

Art. 18 – Entrata in vigore

1. Il presente Regolamento è emanato con Decreto Rettorale previa delibera del Consiglio di

amministrazione, su proposta del Consiglio di Facoltà e parere del Senato Accademico. Espletate le procedure richieste, il presente Regolamento entra in vigore a decorrere dalla data di emanazione del relativo decreto rettorale. Il Regolamento si applica in ogni caso, per quanto di pertinenza, ai Corsi di studio istituiti o trasformati e attivati e disciplinati ai sensi del DM n. 270/2004 e dei successivi provvedimenti ministeriali relativi alle classi di corsi di studio.

Art. 19 – Modifiche al Regolamento

1. Le modifiche al presente Regolamento sono proposte dal Consiglio di Facoltà, con successivo parere positivo del Senato Accademico, e sono emanate con Decreto Rettorale, previa delibera del Consiglio di amministrazione.
2. Le modifiche entrano in vigore dall’inizio dell’anno accademico successivo all’emanazione.
3. Eventuali atti normativi dell’Ateneo incompatibili con quanto descritto nel presente regolamento troveranno immediata applicazione anche in assenza di una espressa modifica, ma determinano l’immediato avvio della procedura di cui al comma primo del presente articolo.

DOCUMENTI ALLEGATI:

- Allegato 1 – Sbocchi professionali e occupazionali, obiettivi formativi specifici, risultati di apprendimento attesi;
- Allegato 2 – Elenco degli insegnamenti e delle altre attività formative.

ALLEGATO 1

Il Corso di Studio in breve

Il Corso di Laurea in Gestione di Impresa appartiene alla classe di Laurea in Scienze dell'Economia e della Gestione Aziendale (L-18) e si divide in cinque indirizzi diversi:

Indirizzo Statutario

Gli insegnamenti dell'indirizzo statutario mirano a fornire un insieme di conoscenze teoriche, metodologiche e tecnico-professionali in merito alla struttura e al funzionamento delle imprese, con particolare riferimento a quelle della pubblica amministrazione, del settore manifatturiero e del commercio. Gli insegnamenti sono progettati per l'acquisizione di una conoscenza specifica nelle discipline aziendali, economiche, giuridiche e quantitative. Il Corso intende anche sviluppare negli studenti le capacità necessarie per interpretare i principali fenomeni economici ed aziendali e per utilizzare gli strumenti di analisi gestionale più diffusi.

Coerentemente con queste finalità, l'indirizzo statutario propone un percorso formativo strutturato come segue. Nel corso del primo anno, gli studenti affronteranno gli insegnamenti culturali di base, rispettivamente riconducibili all'area dell'economia politica (microeconomia), dell'economia aziendale, del diritto privato e dei metodi quantitativi. Inoltre, è previsto il sostenimento della prova di idoneità di lingua inglese. In breve, al primo anno vengono poste le basi per le principali traiettorie culturali che saranno sviluppate negli anni successivi.

Nel corso del secondo anno gli studenti approfondiranno le loro conoscenze rispetto alle aree culturali dell'anno antecedente. L'area aziendale trova sviluppo negli insegnamenti di contabilità e bilancio, di marketing e di internazionalizzazione delle imprese. L'area dell'economia politica si estende dalla microeconomia alla macroeconomia. L'area quantitativa si estende all'insegnamento di statistica economica. L'area giuridica viene approfondita grazie all'insegnamento di diritto commerciale.

Infine, nel corso del terzo anno, vengono potenziate le conoscenze di matrice aziendale - grazie agli insegnamenti di finanza aziendale e di management dell'innovazione - e di matrice giuridica - grazie all'insegnamento di diritto del lavoro. Le attività formative del terzo anno prevedono anche lo studio di altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro, un insegnamento di informatica, l'insegnamento di una seconda lingua straniera a scelta e l'elaborazione della prova finale.

Grazie a questi contenuti, il laureato alla fine del percorso formativo disporrà di conoscenze fondamentali rispetto:

- ai meccanismi di funzionamento e di gestione delle imprese;
- alle aree funzionali della produzione, dell'organizzazione e del marketing;
- al funzionamento dei mercati;
- ai principi giuridici e alle norme che governano l'attività delle imprese e il funzionamento dei mercati;
- al ruolo del settore pubblico e ai principi che ispirano il funzionamento delle aziende pubbliche.

Indirizzo Economia Digitale

Rispetto all'indirizzo statuario, l'indirizzo digitale è focalizzato sul funzionamento e le specificità delle imprese che operano nella cosiddetta 'Economia Digitale' (media, pubblicità, marketing, fintech, commercio online, etc.).

I tratti distintivi dell'indirizzo di Economia Digitale rispetto all'indirizzo Statuario sono i seguenti: in primo luogo, gli insegnamenti di economia delle imprese, di marketing e di metodi quantitativi vengono declinati sulle imprese digitali; in secondo luogo, l'insegnamento di diritto commerciale viene sostituito dall'insegnamento di proprietà intellettuale.

Indirizzo Marketing e Vendite

L'indirizzo mira a formare professionisti specializzati nelle funzioni del marketing e delle vendite. Per questa ragione, rispetto all'indirizzo statuario, sono potenziati gli insegnamenti dell'area marketing. Specifici di questo indirizzo sono gli insegnamenti di 'Tecniche di vendita on- e off-line', 'Strategie di marketing diretto, digitale e off-line' e 'Comunicazione efficace e media digitali'.

Indirizzo Economia sociale

L'indirizzo mira a formare laureati in grado di operare in contesti economico – aziendale con particolare attenzione alle metodologie analitiche e gestionali.

Rispetto al profilo statuario fornisce competenze negli ambiti sociologici, giuridici e finanziari potenziando la conoscenza relativa al management delle forme organizzative no – profit.

Indirizzo Gestione di impresa con Sole 24 ORE Formazione

L'indirizzo ha lo scopo di formare professionisti in grado di comprendere strategie e processi di decisione economica e finanziaria delle imprese attraverso l'offerta formativa arricchita di testimonianze di esperti sul piano economico e con primarie realtà del mondo della comunicazione tramite il coinvolgimento di specialisti e giornalisti del Sole 24 ORE Formazione.

Queste testimonianze saranno il fulcro di questo piano studi, creando un ponte diretto tra le conoscenze teoriche ed accademiche presentate nel curriculum da una parte e dall'altra le conoscenze pratiche e casi studio volte a rappresentare lo stato dell'arte della gestione dell'impresa e dell'impatto che gli attuali cambiamenti del mondo dell'economia. L'offerta si articola in strategie didattiche che permetteranno allo studente di padroneggiare tecniche di analisi della situazione che si avvalgono di casi reali dai quali il soggetto trae come risolvere situazioni tramite analisi puntuali e prove di decision-making. L'approccio pratico a cui il piano di studi è orientato prevede sessioni di debriefing che permetteranno di rafforzare la consapevolezza dei singoli studenti a raccogliere feedback e a migliorarsi in autonomia.

Oltre alle tecniche di analisi, l'offerta mira a trasmettere i valori imprenditoriali e manageriali fondamentali per sviluppare in futuro strategie di sviluppo e innovazione in linea con le strategie di sostenibilità. Per raggiungere questi obiettivi, fin dall'inizio del percorso lo studente assumerà in prima persona un ruolo chiave nell'analisi di testimonianze, esercitazioni pratiche e case studies.

Il Corso di Laurea in Gestione di Impresa prepara una figura professionale che si occupa della pianificazione, organizzazione, direzione e controllo delle attività aziendali e possiede una vasta gamma di competenze in ambito gestionale, finanziario e strategico, necessarie per ottimizzare le operazioni aziendali e supportare la crescita e lo sviluppo dell'organizzazione.

Profilo professionale e sbocchi occupazionali (Scheda SUA QUADRO A2.a)

Di seguito il primo profilo in uscita dal Corso:

ESPERTO/A DELLA GESTIONE AZIENDALE

Funzione in un contesto di lavoro:

L'Esperta/o nella Gestione Aziendale opera all'interno di imprese di piccole e medie dimensioni, supportando le attività amministrative, contabili, finanziarie e commerciali. Grazie a una visione d'insieme del sistema azienda, è in grado di collaborare alle strategie aziendali e operare in diverse aree funzionali. In particolare, si occupa di:

- Supportare la gestione amministrativa e finanziaria dell'impresa;
- Monitorare e ottimizzare i flussi economico-finanziari;
- Pianificare e controllare le attività di budgeting e reporting;
- Gestire i processi di approvvigionamento e acquisti;
- Sviluppare strategie di marketing e commercializzazione dei prodotti/servizi;
- Analizzare i dati aziendali per supportare le decisioni strategiche;
- Assicurare il rispetto delle normative contabili e fiscali;
- Supportare la direzione aziendale nella definizione degli obiettivi di crescita e sviluppo.

Competenze associate alla funzione:

L'Esperta/o nella Gestione Aziendale acquisisce un insieme di conoscenze e abilità che gli/le permettono di operare efficacemente in un contesto aziendale complesso. In particolare, possiede competenze in:

- **Gestione amministrativa e finanziaria**, con particolare attenzione alla contabilità generale e analitica, bilancio d'esercizio e fiscalità d'impresa;
- **Analisi economico-finanziaria**, per valutare la sostenibilità degli investimenti e le performance aziendali;
- **Diritto societario e commerciale**, per comprendere il quadro normativo in cui operano le imprese;
- **Controllo di gestione e gestione dei costi**, per monitorare l'efficienza operativa e supportare il processo decisionale;
- **Marketing e strategie commerciali**, con competenze in analisi di mercato, posizionamento e gestione della relazione con i clienti;
- **Gestione degli approvvigionamenti e della logistica**, per ottimizzare i flussi di beni e servizi;
- **Utilizzo di strumenti digitali e informatici**, per la gestione dei dati aziendali, il reporting e l'analisi delle informazioni;
- **Competenze trasversali**, come capacità di problem solving, leadership e lavoro in team, fondamentali per operare in ruoli manageriali.

Sbocchi occupazionali:

Le laureate e i laureati in Gestione d'Impresa possono trovare occupazione in diversi settori, con particolare riferimento a:

- **Imprese di produzione e di servizi**, in ruoli amministrativi, finanziari, commerciali e gestionali;
- **Studi di consulenza aziendale**, per supportare le imprese nelle strategie di sviluppo e ottimizzazione dei processi;
- **Istituti bancari e finanziari**, per l'analisi degli investimenti e la gestione del credito;
- **Pubblica Amministrazione**, in ruoli legati alla gestione finanziaria e al controllo di gestione;

- **Società di marketing e comunicazione**, per la gestione di strategie commerciali e analisi di mercato.

Di seguito il secondo profilo in uscita dal Corso:

TECNICO DEL MARKETING

Funzione in un contesto di lavoro:

Il Tecnico del Marketing supporta la definizione e l'implementazione di strategie di mercato, contribuendo all'analisi della domanda e dell'offerta, all'individuazione del target di riferimento e alla promozione di prodotti e servizi. Opera a stretto contatto con i responsabili aziendali per raccogliere e analizzare dati di mercato, valutare le tendenze di consumo e monitorare la concorrenza. Nello specifico, si occupa di:

- Svolgere ricerche di mercato per analizzare le preferenze dei consumatori e le dinamiche competitive;
- Elaborare strategie di marketing per il posizionamento e la promozione di prodotti o servizi;
- Monitorare l'andamento delle vendite e l'efficacia delle campagne pubblicitarie;
- Supportare la gestione delle attività di branding e comunicazione aziendale;
- Coordinare le attività di web marketing e digital advertising;
- Pianificare e organizzare eventi promozionali e fiere di settore;
- Contribuire allo sviluppo di nuovi prodotti e al rilancio di quelli esistenti;
- Redigere report e analisi di mercato per supportare le decisioni strategiche dell'azienda.

Competenze associate alla funzione:

Il Tecnico del Marketing sviluppa competenze analitiche, strategiche e operative per interpretare i trend di mercato e definire azioni efficaci. In particolare, possiede:

- Competenze in analisi di mercato, per interpretare i comportamenti dei consumatori, valutare la concorrenza e identificare opportunità di business;
- Conoscenze di economia e gestione d'impresa, per interpretare dati di vendita, bilanci e strategie di pricing;
- Capacità di elaborazione e presentazione di report, per fornire analisi dettagliate su performance di mercato e vendite;
- Competenze organizzative e di project management, per pianificare e coordinare eventi promozionali e attività di marketing;
- Analizzare il sistema di offerta dei competitor, individuandone i punti di forza e le strategie di posizionamento.

Sbocchi occupazionali:

I laureati e le laureate con competenze in Marketing possono operare in diversi ambiti, tra cui:

- **Agenzie di marketing e pubblicità**, in ruoli legati alla gestione di campagne promozionali e comunicazione aziendale;
- **Reparti marketing di aziende private**, nei settori della grande distribuzione, del commercio e della produzione industriale;
- **Società di consulenza**, per supportare le imprese nell'analisi di mercato e nello sviluppo di strategie di posizionamento;
- **Settore del turismo e dell'hospitality**, con ruoli dedicati al marketing territoriale e alla promozione di servizi turistici;
- **Aziende digital e tech**, in attività di web marketing, e-commerce e gestione delle piattaforme online.

Di seguito il terzo profilo in uscita dal Corso:

ESPERTO/A DELL'ECONOMIA DIGITALE E SOSTENIBILE

Funzione in un contesto di lavoro:

L'Esperta/o in Economia Digitale e Sostenibile opera all'interno di aziende, istituti finanziari e organizzazioni che integrano la digitalizzazione e la sostenibilità nelle loro strategie di crescita. Il suo ruolo si concentra sull'analisi delle performance economico-finanziarie, sull'implementazione di modelli di economia circolare e sulla gestione dei processi aziendali in linea con gli indicatori ESG (Environmental, Social, Governance). Collabora con team di consulenti, responsabili CSR, CFO e innovation manager per supportare la trasformazione digitale e sostenibile delle imprese.

Competenze associate alla funzione:

L'Esperta/o in Economia Digitale e Sostenibile sviluppa un set di competenze tecniche e analitiche per supportare la transizione digitale e sostenibile delle imprese. In particolare, possiede:

- Competenze in analisi economico-finanziaria, per valutare le performance aziendali e monitorare KPI finanziari ed ESG;
- Capacità di leggere e interpretare bilanci di sostenibilità, identificando l'impatto ambientale e sociale delle strategie aziendali;
- Competenze nella digitalizzazione dei processi aziendali;
- Abilità nella gestione dell'innovazione e dell'impresa 5.0, per ottimizzare l'organizzazione aziendale attraverso strumenti digitali;
- Conoscenze di digital marketing e analisi della concorrenza, per sviluppare strategie di crescita e posizionamento.

Sbocchi occupazionali:

L'Esperta/o in Economia Digitale e Sostenibile può operare in diversi settori, tra cui finanza, consulenza, industria tecnologica e marketing. Le principali opportunità professionali includono:

- **Imprese private e multinazionali**, nei settori della finanza, della gestione aziendale e della sostenibilità;
- **Istituti bancari e finanziari**, per l'analisi degli investimenti sostenibili e l'ottimizzazione delle strategie digitali;
- **Società di consulenza aziendale e finanziaria**, con focus su ESG, trasformazione digitale e compliance normativa;
- **Enti pubblici e organizzazioni no-profit**, per la gestione e il monitoraggio di strategie di sostenibilità e innovazione;
- **Aziende digitali e startup innovative**, in ambiti come fintech, e-commerce e digital transformation.

Di seguito il quarto profilo in uscita dal Corso:

ESPERTO/A DELLA GESTIONE DI ORGANIZZAZIONI NO-PROFIT

Funzione in un contesto di lavoro:

L'Esperta/o nella Gestione di Organizzazioni No-Profit opera all'interno di enti del Terzo Settore, associazioni, fondazioni e cooperative sociali, occupandosi della gestione amministrativa, finanziaria e strategica delle attività. Il suo ruolo è volto a garantire il funzionamento efficace dell'organizzazione, nel rispetto della missione e degli obiettivi di utilità sociale. In particolare, si occupa di:

- Supportare la pianificazione e gestione delle attività operative e progettuali di un'organizzazione no-profit;
- Redigere e interpretare bilanci sociali e report di sostenibilità per valutare l'impatto delle iniziative intraprese;
- Supportare la gestione delle risorse umane e finanziarie, ottimizzandone l'impiego in funzione degli obiettivi dell'ente;
- Analizzare e rispondere a bandi pubblici e privati per ottenere finanziamenti e contributi;
- Definire e attuare strategie di fundraising per garantire la sostenibilità economica dell'organizzazione;
- Identificare soluzioni strategiche per affrontare sfide organizzative e gestionali, basandosi su analisi di dati e evidenze empiriche.

Competenze associate alla funzione:

L'Esperta/o nella Gestione di Organizzazioni No-Profit sviluppa competenze trasversali in ambito gestionale, finanziario e strategico, specifiche per il Terzo Settore. In particolare, possiede:

- **Competenze nella gestione e nel coordinamento di organizzazioni no-profit**, per pianificare e ottimizzare le attività in base agli obiettivi di utilità sociale;
- **Capacità di analisi e valutazione del ciclo progettuale**, per identificare, pianificare e monitorare le iniziative dell'ente;
- **Conoscenze nella redazione e interpretazione di bilanci sociali**, per garantire la trasparenza e la misurazione dell'impatto sociale;
- **Competenze nella gestione economico-finanziaria**, per monitorare i costi e assicurare la sostenibilità dell'organizzazione;
- **Abilità nella ricerca e gestione di finanziamenti e bandi**, per sviluppare strategie di fundraising e accedere a risorse pubbliche e private;
- **Capacità di gestione delle relazioni istituzionali e di networking**, per collaborare con stakeholder, enti pubblici e privati, e altre organizzazioni no-profit.

Sbocchi occupazionali:

L'Esperta/o nella Gestione di Organizzazioni No-Profit può operare in diversi ambiti, con particolare riferimento a:

- **Enti del Terzo Settore**, comprese associazioni, fondazioni, cooperative sociali e ONG, per la gestione amministrativa, finanziaria e strategica;
- **Organizzazioni internazionali e istituzioni pubbliche**, in ruoli di supporto alla progettazione e gestione di iniziative sociali e di sviluppo;
- **Imprese sociali**, per la pianificazione e gestione di attività orientate all'impatto sociale ed economico;
- **Società di consulenza per il no-profit**, per l'analisi e la definizione di strategie di sostenibilità, fundraising e gestione delle risorse;
- **Istituti di ricerca e centri di studio sul Terzo Settore**, per l'analisi delle politiche e delle strategie di sviluppo delle organizzazioni no-profit.

Obiettivi formativi specifici del Corso (Scheda SUA QUADRO A4.a)

Il Corso di Laurea in Gestione di Impresa appartiene alla classe delle Lauree universitarie in Scienze dell'economia e della gestione aziendale (classe L-18).

Esso mira a fornire le conoscenze teoriche, metodologiche e tecnico-professionali dal punto di vista strutturale e di funzionamento delle aziende, con particolare riferimento a quelle della pubblica amministrazione, manifatturiere, high tech e commerciali. A questo fine, esso presuppone l'acquisizione di una adeguata conoscenza delle discipline aziendali, economiche, giuridiche, matematiche e statistiche; le prime rappresentano, comunque, il nucleo fondamentale degli insegnamenti impartiti e vengono declinate per aree funzionali e per settori aziendali.

Il Corso intende, altresì, sviluppare negli studenti le capacità di base necessarie per interpretare i principali fenomeni economici, analizzare i fenomeni aziendali e utilizzare i più diffusi strumenti applicabili ai processi gestionali.

Coerentemente con questa impostazione, il corso di laurea propone un percorso formativo strutturato come segue. Il primo anno – peraltro comune qualora si attivassero curricula - si caratterizza per insegnamenti culturali di base, rispettivamente riconducibili all'area dell'economia politica (focus macroeconomia), dell'economia aziendale, del diritto privato e della statistica.

Inoltre, è previsto il sostenimento di due prove di idoneità, rispettivamente di una lingua straniera e di informatica, e lo studio di altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro. In questo modo, il primo anno vengono 'gettate' le basi delle principali traiettorie culturali e professionali che saranno sviluppate negli anni successivi. Il secondo anno presenta un'articolazione di maggior approfondimento rispetto alle aree culturali indicate nell'anno antecedente. L'area aziendale trova sviluppi funzionali nelle discipline, tra l'altro, di controllo di gestione, di marketing e direzione d'impresa. L'area dell'economia politica approfondisce, tra l'altro, i temi della microeconomia. L'area matematico-statistica offre insegnamenti di statistica economica. Nell'area giuridica trovano collocazione gli insegnamenti di diritto commerciale e di diritto del lavoro.

Opportune differenziazioni potranno essere inoltre, previste, in termini di insegnamenti, nel secondo anno, a seconda dell'attivazione dei percorsi curriculari: l'uno focalizzato su marketing e l'altro su amministrazione e controllo. Infine, il terzo anno prevede una marcata differenziazione a seconda del curriculum scelto dallo studente e degli insegnamenti a scelta previsti nel suo piano di studi. A seconda dei percorsi curriculari scelti, lo studente affronta discipline diverse, la tutela dei consumatori e le relative politiche di marketing, i sistemi di gestione per le aziende family business, i sistemi informativi aziendali, le ricerche di mercato.

Complessivamente, grazie a questa impostazione, il laureato alla fine del percorso formativo disporrà di conoscenze fondamentali rispetto:

- meccanismi di funzionamento dei sistemi di controllo economico-finanziario delle aziende;
- aree funzionali della produzione, dell'organizzazione, del marketing;
- comprensione della struttura economica, del funzionamento delle istituzioni e dei mercati monetari e finanziari;
- all'espletamento di professioni che richiedono un'adeguata padronanza della strumentazione giuridica;
- il ruolo del settore pubblico, delle logiche e delle problematiche che tipicamente ispirano e caratterizzano il funzionamento delle aziende e delle amministrazioni pubbliche.

La distribuzione dei Crediti tiene conto delle indicazioni contenute nella Convenzione tra MIUR e Ordine Nazionale dei Dottori Commercialisti del 2010.

Al termine del percorso formativo, il laureato:

- possiede adeguate conoscenze di base della matematica, della statistica, dell'economia politica, dell'economia aziendale e del diritto;
- conosce i principali metodi di indagine propri delle scienze dell'economia e della gestione aziendale;
- è in grado di acquisire informazioni fondamentali per interpretare i fenomeni economici e per analizzare i fenomeni aziendali;
- è in grado di applicare i principali strumenti per la gestione aziendale e possiede competenze professionali avanzate per esercitare specifiche funzioni aziendali o per svolgere attività nell'ambito di specifici settori (manifatturiero, commerciale, high tech, ecc.);
- è in grado di comunicare oralmente e per scritto in lingua inglese ed è in grado di avvalersi dei principali strumenti che fanno uso delle nuove tecnologie della comunicazione e dell'informatica;
- possiede gli strumenti cognitivi di base per lo sviluppo e l'aggiornamento delle conoscenze acquisite.

Risultati di apprendimento attesi (Scheda SUA QUADRI A4.b.1 e A4.c)

La laureata e il laureato in Gestione di Impresa acquisiscono un'adeguata conoscenza delle diverse aree culturali, relative alle discipline aziendali, e sono in grado di comprendere i principali fenomeni economici e di individuare le variabili critiche di contesto.

La laureata e il laureato triennale hanno gli strumenti per l'analisi e la comprensione delle diverse problematiche aziendali grazie alla formazione rivolta soprattutto all'acquisizione di competenze aziendali, economico-statistiche, giuridiche e matematiche.

L'approccio interdisciplinare dell'intera offerta formativa consente l'acquisizione, da parte dello studente, della conoscenza e della comprensione della struttura e del funzionamento dei diversi modelli di azienda, da quella pubblica a quella di tipo imprenditoriale e manageriale. È inoltre, previsto l'insegnamento a scelta di una lingua straniera.

L'apprendimento delle studentesse e degli studenti viene accertato dalle verifiche in itinere in base alle quali è possibile esaminare l'acquisita autonomia nella comprensione e nell'analisi della metodica di analisi e gestione aziendale.

La laureata e il laureato triennale hanno gli strumenti per l'analisi e la comprensione delle diverse problematiche aziendali grazie alla formazione rivolta soprattutto all'acquisizione di competenze aziendali, economico-statistiche, giuridiche e matematiche.

Con le competenze acquisite la laureata e il laureato in Gestione di Impresa potranno essere in grado di applicare le conoscenze teoriche di base e le competenze tecniche all'interpretazione dei fenomeni economico-aziendali individuando, nei vari contesti in cui potrebbe essere chiamato ad operare, le criticità rilevanti e fornendo un corretto metodo per la soluzione delle problematiche.

A tal fine, il bilanciamento nelle diverse discipline e la relativa interdisciplinarietà tra insegnamenti con contenuti metodologici e contenuti tecnici permettono alla laureata e al laureato di applicare la conoscenza acquisita ad una pluralità di problematiche aziendali. Tale capacità è sviluppata oltre che dalla didattica, attraverso, esercitazioni, verifiche in itinere, ricevimenti on line, focus su casi aziendali, e testimonianze da parte di manager ed imprenditori.

Il percorso formativo interdisciplinare deve consentire alla laureata e al laureato di acquisire padronanza e competenze tecniche e di avvalersi di numerosi strumenti di analisi, affrontando in modo autonomo i diversi problemi di natura economica, gestionale e strategica.

La laureata e il laureato, inoltre, devono acquisire la capacità di analizzare e interpretare i dati rilevanti per l'amministrazione e il controllo di gestione delle aziende consentendogli di formarsi dei giudizi autonomi in funzione della situazione economica, patrimoniale e finanziaria dell'impresa

e sugli scenari futuri.

La laureata e il laureato acquisiranno una visione articolata e multidisciplinare delle problematiche aziendali al fine di favorire la comprensione delle responsabilità che caratterizzeranno diversi ambiti decisionali, nonché la capacità di fondare i giudizi su una solida e compiuta base tecnica e analitica. Il risultato viene raggiunto attraverso la discussione in aula virtuale con docenti ed altri studenti, con il confronto con le esercitazioni e verifiche in itinere predisposte e nel corso degli esami di profitto.

La laureata e il laureato durante il suo percorso devono aver attivato e sviluppato adeguate capacità comunicative al fine di saper trasmettere le comunicazioni, le idee, le criticità, le soluzioni alle problematiche da affrontare. Dovranno essere in grado, inoltre, di presentare dati finanziari, analisi di mercato e piani strategici in modo chiaro e conciso, sia in forma scritta che orale.

Il corso di laurea consente l'acquisizione di competenze comunicative e il potenziamento delle capacità comportamentali che consentono una gestione ottimale della comunicazione interna ed esterna all'impresa, ed in generale all'interazione e alla cooperazione all'interno del contesto lavorativo.

Tali attività saranno sottoposte a valutazione del livello di apprendimento mostrato dallo studente da parte del corpo docente attraverso prove intermedie e finali.

Il percorso formativo consente alla laureata e al laureato di disporre di conoscenze di base e strumenti conoscitivi di analisi e le metodiche teoriche e tecnico-professionali che consentono di poter selezionare modelli di gestione della conoscenza utili allo sviluppo professionale al fine di intraprendere studi di grado superiore.

La laureata e il laureato acquisiscono, inoltre, flessibilità interpretativa, autonomia intellettuale, senso critico e pragmaticità per supportare la risoluzione di problemi aziendali.

Nella discussione finale della tesi gli studenti dovranno mostrare di aver acquisito queste capacità nel loro complesso.

Curriculum: STATUTARIO

Anno	Attività	SSD	Insegnamento	CFU
I	BASE	ECON-01/A	Economia politica	8
	BASE	ECON-06/A	Economia aziendale	8
	BASE	ECON-07/A	Economia e gestione delle imprese	12
	BASE	STAT-01/A	Statistica	8
	BASE	GIUR-01/A	Diritto privato	10
	ALTRE ATTIVITÀ	-	Per la conoscenza di almeno una lingua straniera	4
	AFFINI	STAT-04/A	Metodi quantitativi per le decisioni aziendali	8
II	CARATTERIZZANTI	ECON-01/A	Economia politica II	8
	CARATTERIZZANTI	ECON-06/A	Contabilità e bilancio	12
	CARATTERIZZANTI	GIUR-02/A	Diritto commerciale	10
	CARATTERIZZANTI	ECON-07/A	Strategie d'impresa E Marketing	10
	CARATTERIZZANTI	STAT-02/A	Statistica economica	10
	CARATTERIZZANTI	ECON-07/A	Internazionalizzazione delle imprese	10
III	CARATTERIZZANTI	ECON-09/A	Finanza aziendale	10
	CARATTERIZZANTI	GIUR-04/A	Diritto del lavoro e relazioni industriali	12
	AFFINI	ECON-07/A	Coaching	10
	ALTRE ATTIVITÀ	-	Abilità informatiche e telematiche	4
	ALTRE ATTIVITÀ	-	Ulteriori conoscenze linguistiche	4
	ALTRE ATTIVITÀ	-	A scelta dello studente	12
	ALTRE ATTIVITÀ	-	Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro	6
	ALTRE ATTIVITÀ	-	Per la prova finale	4
TOTALE				180

Curriculum: ECONOMICO-DIGITALE

Anno	Attività	SSD	Insegnamento	CFU
I	BASE	ECON-01/A	Economia politica	8
	BASE	ECON-06/A	Economia aziendale	8
	BASE	ECON-07/A	Economia Digitale	12
	BASE	STAT-01/A	Statistica	8
	BASE	GIUR-01/A	Diritto Privato	10
	ALTRE ATTIVITÀ	-	Per la conoscenza di almeno una lingua straniera	4
	AFFINI	STAT-04/A	Metodi quantitativi e applicazioni per i big data	8
II	CARATTERIZZANTI	ECON-06/A	Contabilità e bilancio	12
	CARATTERIZZANTI	ECON-07/A	Strategie d'impresa e marketing	10
	CARATTERIZZANTI	ECON-07/A	Internazionalizzazione delle imprese	10
	CARATTERIZZANTI	ECON-01/A	Economia politica II	8
	CARATTERIZZANTI	STAT-02/A	Statistica economica	10
	CARATTERIZZANTI	GIUR-02/A	Intellectual property, competition and data management	10
III	CARATTERIZZANTI	ECON-09/A	Finance and venture capital	10
	CARATTERIZZANTI	GIUR-04/A	Diritto del lavoro e relazioni industriali	12
	AFFINI	ECON-07/A	Economia e management dell'innovazione	10
	ALTRE ATTIVITÀ	-	A scelta dello studente	12
	ALTRE ATTIVITÀ	-	Ulteriori conoscenze linguistiche	4
	ALTRE ATTIVITÀ	-	Abilità informatiche e telematiche	4
	ALTRE ATTIVITÀ	-	Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro	6
	ALTRE ATTIVITÀ	-	Per la prova finale	4
TOTALE				180

Curriculum: MARKETING E VENDITE

Anno	Attività	SSD	Insegnamento	CFU
I	BASE	ECON-01/A	Economia politica	8
	BASE	ECON-06/A	Economia aziendale	12
	BASE	ECON-07/A	Economia e gestione delle imprese	8
	BASE	STAT-01/A	Statistica	8
	BASE	GIUR-01/A	Diritto privato	10
	ALTRE ATTIVITÀ	-	Per la conoscenza di almeno una lingua straniera	4
II	CARATTERIZZANTI	ECON-07/A	Tecniche di vendita on e off-line	10
	CARATTERIZZANTI	ECON-07/A	Strategie di Marketing diretto, digitale e off-line	8
	CARATTERIZZANTI	ECON-07/A	Comunicazione efficace e media digitali	6
	CARATTERIZZANTI	ECON-01/A	Scenari economici di mercato	8
	CARATTERIZZANTI	STAT-02/A	Statistica per il marketing	10
	CARATTERIZZANTI	GIUR-02/A	Diritto delle imprese	10
	CARATTERIZZANTI	GIUR-02/A	Intellectual Property, competition and data management	6
III	CARATTERIZZANTI	ECON-09/A	Finanza aziendale	10
	CARATTERIZZANTI	GIUR-04/A	Diritto del lavoro e relazioni industriali	12
	AFFINI	IEGE-01/A	Analisi e Progettazione dei Processi Aziendali	12
	AFFINI	STAT-04/A	Metodi quantitativi per marketing	8
	ALTRE ATTIVITÀ		Ulteriori conoscenze linguistiche	4
	ALTRE ATTIVITÀ		Abilità informatiche e telematiche	4
	ALTRE ATTIVITÀ		Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro	6
	ALTRE ATTIVITÀ		A scelta dello studente	12
	ALTRE ATTIVITÀ	-	Per la prova finale	4
TOTALE				180

Curriculum: ECONOMIA SOCIALE

Anno	Attività	SSD	Insegnamento	CFU
I	BASE	ECON-01/A	Economia politica	8
	BASE	ECON-06/A	Economia aziendale	8
	BASE	ECON-07/A	Economia e gestione delle imprese	12
	BASE	STAT-01/A	Statistica	8
	BASE	GIUR-01/A	Diritto privato	10
	AFFINI	STAT-04/A	Metodi quantitativi per le decisioni aziendali	8
	ALTRE ATTIVITÀ	-	Per la conoscenza di almeno una lingua straniera	4
II	CARATTERIZZANTI	ECON-06/A	Contabilità e bilancio	12
	CARATTERIZZANTI	ECON-07/A	Strategie d'impresa e marketing	10
	CARATTERIZZANTI	ECON-07/A	Internazionalizzazione delle imprese	10
	CARATTERIZZANTI	ECON-01/A	Economia politica II	8
	CARATTERIZZANTI	STAT-02/A	Statistica economica	10
	CARATTERIZZANTE	GIUR-02/A	Diritto commerciale	10
III	CARATTERIZZANTI	ECON-09/A	Finanza per le aziende no-profit	10
	CARATTERIZZANTI	GIUR-03/A	Diritto dell'impresa sociale	12
	AFFINI	ECON-07/A	Economia e management dell'innovazione	10
	ALTRE ATTIVITÀ	-	A scelta dello studente	12
	ALTRE ATTIVITÀ	-	Ulteriori conoscenze linguistiche	4
	ALTRE ATTIVITÀ	-	Abilità informatiche e telematiche	4
	ALTRE ATTIVITÀ	-	Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro	6
	ALTRE ATTIVITÀ	-	Prova Finale	4
TOTALE				180

Curriculum: GESTIONE DI IMPRESA CON SOLE 24ORE FORMAZIONE

Anno	Attività	SSD	Insegnamento	CFU
I	BASE	ECON-01/A	Economia politica *	8
	BASE	ECON-06/A	Economia aziendale *	12
	BASE	ECON-07/A	Economia e gestione delle imprese *	8
	BASE	STAT-01/A	Statistica	8
	BASE	GIUR-01/A	Diritto privato	10
	ALTRE ATTIVITÀ	-	Per la conoscenza di almeno una lingua straniera	4
	AFFINI	STAT-04/A	Metodi quantitativi per le decisioni aziendali	8
II	CARATTERIZZANTI	ECON-01/A	Economia politica II *	8
	CARATTERIZZANTI	ECON-06/A	Contabilità e bilancio *	12
	CARATTERIZZANTI	GIUR-02/A	Diritto commerciale	10
	CARATTERIZZANTI	ECON-07/A	Strategie d'impresa E Marketing *	10
	CARATTERIZZANTI	STAT-02/A	Statistica economica	10
	CARATTERIZZANTI	ECON-07/A	Internazionalizzazione delle imprese *	10
III	CARATTERIZZANTI	ECON-09/A	Finanza aziendale *	10
	CARATTERIZZANTI	GIUR-04/A	Diritto del lavoro e relazioni industriali *	12
	AFFINI	ECON-07/A	Economia e management dell'innovazione *	10
	ALTRE ATTIVITÀ	-	Abilità informatiche e telematiche	4
	ALTRE ATTIVITÀ	-	Ulteriori conoscenze linguistiche	4
	ALTRE ATTIVITÀ	-	A scelta dello studente	12
	ALTRE ATTIVITÀ	-	Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro	6
	ALTRE ATTIVITÀ	-	Per la prova finale	4
TOTALE				180

* Gli insegnamenti contrassegnati con un asterisco appartenenti a questo curriculum sono integrati con una serie di testimonianze sviluppate e realizzate in collaborazione con Il Sole 24Ore Formazione.

ALLEGATO 2

Elenco degli insegnamenti e delle altre attività formative

INSEGNAMENTO	SSD	OBIETTIVI FORMATIVI SPECIFICI
<i>Abilità informatiche e telematiche</i>	-	Il corso si pone l'obiettivo di sistematizzare le conoscenze necessarie per un utilizzo consapevole degli strumenti informatici. Ciò avviene sia attraverso un inquadramento generale delle tematiche di base della tecnologia informatica sia mediante un'analisi delle funzionalità offerte dai principali strumenti di produttività individuale.
<i>Analisi e progettazione dei Processi Aziendali</i>	IEGE-01/A	L'obiettivo dell'insegnamento è quello di fornire le competenze di base per affrontare l'analisi e la progettazione dei processi aziendali. Nello specifico, l'insegnamento medesimo è articolato in quattro parti: nella prima parte, vengono fornite le competenze di base dell'organizzazione d'impresa, nella seconda parte quelle afferenti ai processi decisionali aziendali, mediante l'utilizzo della teoria dei giochi, e, infine, nella terza e quarta parte, quelle riguardanti, rispettivamente, il marketing e gli acquisti, per comprendere le interazioni dei predetti processi decisionali aziendali con i mercati di vendita e di acquisto. Durante le attività di didattica, i concetti teorici sono integrati con esempi, applicazioni e casi tratti dalla realtà aziendale, allo scopo di comprenderne la rilevanza nonché le possibili implicazioni.
<i>Coaching</i>	ECON-07/A	Il corso vuole introdurre le tecniche di coaching per permettere agli studenti di instaurare un rapporto e una comunicazione efficiente per giungere al compimento degli obiettivi prefissati.
<i>Comunicazione efficace e media digitali</i>	ECON-07/A	In corso consente di acquisire una formazione completa e aggiornata sulle strategie e le tecniche di comunicazione efficaci nell'era digitale. Verranno affrontate tematiche legate alla comunicazione interpersonale, alla comunicazione d'impresa, al marketing digitale e alla gestione dei social media.
<i>Contabilità e bilancio</i>	ECON-06/A	Il corso si propone di fornire agli studenti per la comprensione del funzionamento del sistema contabile di una impresa a partire da principi contabili che caratterizzano le rilevazioni, con particolare riferimento a quelli nazionali, e fino ai principali adempimenti fiscali concernenti imposte dirette, IVA, IMU, ecc. Lo studente acquisirà, inoltre, conoscenze di base sulle attività di audit e di revisione contabile con l'obiettivo di offrire preparazione completa in merito alla redazione di bilancio ed alle relative attività di controllo.
<i>Diritto commerciale</i>	GIUR-02/A	Obiettivo dell'insegnamento è fornire gli elementi di base di conoscenza in relazione alla disciplina dell'imprenditore, delle società di persone e di capitali.
<i>Diritto del lavoro e relazioni Industriali</i>	GIUR-04/A	Il corso intende formare gli studenti sulle nozioni di base del diritto del lavoro e delle relazioni industriali, anche alla luce delle recenti riforme e con particolare attenzione anche agli ambiti interdisciplinari, in una prospettiva che tende ad evidenziare l'impatto applicativo e gestionale degli istituti trattati nell'ambito della realtà di impresa.
<i>Diritto delle Imprese</i>	GIUR-02/A	Il corso offre agli studenti interessati la possibilità di analizzare e confrontare le regole funzionamento e la casistica del diritto commerciale, anche in chiave comparatistica. Attraverso lo studio degli argomenti trattati nel corso gli studenti potranno conoscere e comprendere gli istituti e le norme del diritto commerciale e la disciplina analitica delle fattispecie concrete con particolare riferimento all'impresa, alle società ed alle procedure concorsuali. Al termine del corso gli studenti saranno in grado di sviluppare in maniera autonoma un confronto critico tra gli istituti propri della materia contemplati dall'ordinamento giuridico.
<i>Diritto dell'impresa sociale</i>	GIUR-03/A	Obiettivo del modulo è fornire allo studente gli strumenti necessari per comprendere il sistema di valori e le finalità legati al profilo giuridico e alla sfera sociale di enti e imprese.
<i>Diritto privato</i>	GIUR-01/A	Obiettivo dell'insegnamento è illustrare i principali istituti del diritto privato - in particolare, le fonti del diritto, le situazioni giuridiche soggettive, i soggetti dell'attività giuridica, i diritti reali, i contratti, i contratti del consumatore, le obbligazioni, la responsabilità civile - favorendo i profili applicativi degli istituti in esame.
<i>Economia aziendale</i>	ECON-06/A	Il corso si propone di fornire agli studenti strumenti manageriali per la comprensione delle dinamiche economiche e finanziarie dell'impresa e per l'effettuazione delle principali operazioni contabili. In particolare, il programma di insegnamento consentirà allo studente di avere una panoramica approfondita del funzionamento dell'azienda e delle principali strategie da essa poste in essere. Lo studente acquisirà conoscenze di base sulle tipologie di imprese, sulla loro Governance, sui principali documenti contabili e sulle problematiche connesse alla rilevazione contabile di costi, ricavi, investimenti, ecc.

INSEGNAMENTO	SSD	OBIETTIVI FORMATIVI SPECIFICI
<i>Economia digitale</i>	ECON-07/A	Obiettivo dell'insegnamento è fornire le conoscenze teoriche e i principi economici per la gestione strategica ed operativa dell'impresa al fine di competere in un contesto ambientale e sociale sempre più complesso con un focus specifico relativo all'Economia Digitale. Il programma consentirà allo studente di sviluppare le capacità necessarie all'interpretazione dei fenomeni aziendali e a comprendere e anticipare le evoluzioni del proprio settore. Durante il corso sono approfondite le conoscenze e competenze alla base dell'impresa digitale con particolare attenzione ai principi, la storia, l'ambiente competitivo e l'analisi degli impatti che l'Economia Digitale ha determinato nella società; L'insegnamento si compone di due parti: La prima interamente dedicato all'approfondimento dell'Economia Digitale e il secondo agli strumenti di Gestione Digitale d'impresa. Alla fine del corso sono forniti alcuni business case significativi in ambito dell'applicazione dell'Economia Digitale allo scopo di consentire allo studente di poter apprendere applicare tali conoscenze, anche alla luce di un modello di business centrato sull'evoluzione del mercato.
<i>Economia e gestione delle imprese</i>	ECON-07/A	Obiettivo dell'insegnamento è fornire le conoscenze teoriche e gli strumenti tecnico-professionali per la gestione strategica ed operativa dell'impresa al fine di competere in un contesto ambientale e sociale sempre più complesso. Il programma consentirà allo studente di sviluppare le capacità necessarie all'interpretazione dei fenomeni aziendali declinati per aree funzionali e ad utilizzare i più diffusi strumenti inerenti i processi gestionali. In particolare, nella prima parte dell'insegnamento sono approfondite le conoscenze e competenze alla base del sistema impresa, dell'ambiente competitivo e dell'analisi di settore; nella seconda parte sono fornite le più significative tecniche e metodologie per applicare tali conoscenze, anche alla luce di un modello di business centrato sulle esigenze delle start up nell'ottica della sostenibilità.
<i>Economia e Management dell'innovazione</i>	ECON-07/A	Fornire ai partecipanti una conoscenza approfondita sui seguenti argomenti: - Per un concetto di innovazione - L'innovazione nella ricerca e sviluppo - L'innovazione in produzione - L'innovazione nei sistemi informativi - L'innovazione nella supply chain management - L'innovazione nella gestione: dalla qualità alla sostenibilità
<i>Economia Politica</i>	ECON-01/A	Il corso ha lo scopo di insegnare agli studenti i principi che governano le decisioni economiche ed il funzionamento dei mercati. Gli studenti impareranno come si formano e a quali obiettivi rispondono sia le decisioni dei consumatori che le decisioni delle imprese. Inoltre, gli studenti impareranno come funzionano i mercati concorrenziali e monopolistici e quali sono gli effetti degli interventi pubblici - es. tassazione - sul funzionamento di questi mercati.
<i>Economia Politica II</i>	ECON-01/A	Il corso ha lo scopo di insegnare agli studenti i meccanismi che determinano le principali variabili macroeconomiche: prodotto interno lordo, disoccupazione, tassi di interesse ed inflazione. Gli studenti impareranno quali sono le cause di una crisi oppure di un boom economico ed impareranno quali sono gli strumenti a disposizione delle autorità di politica economica - Governi nazionali e Banche Centrali - per alleviare gli effetti delle crisi.
<i>Finance and venture capital</i>	ECON-09/A	Il corso si propone di fornire agli studenti strumenti manageriali per la gestione finanziaria d'impresa e per l'effettuazione di scelte d'investimento. In particolare, il programma di insegnamento consentirà allo studente di avere una panoramica approfondita degli strumenti esistenti per l'analisi del bilancio, le scelte di capital budgeting e attuare strategie finanziarie di breve e lungo termine. Lo studente acquisirà conoscenze di base sulla determinazione del costo del capitale, della manovra del leverage, delle problematiche connesse alla determinazione del fabbisogno finanziario netto e dell'analisi dei rischi.
<i>Finanza aziendale</i>	ECON-09/A	Il corso si propone di fornire agli studenti strumenti manageriali per la gestione finanziaria d'impresa e per l'effettuazione di scelte d'investimento. In particolare, il programma di insegnamento consentirà allo studente di avere una panoramica approfondita degli strumenti esistenti per l'analisi del bilancio, le scelte di capital budgeting e attuare strategie finanziarie di breve e lungo termine. Lo studente acquisirà conoscenze di base sulla determinazione del costo del capitale, della manovra del leverage, delle problematiche connesse alla determinazione del fabbisogno finanziario netto e dell'analisi dei rischi.
<i>Finanza per le aziende no profit</i>	ECON-09/A	Obiettivo del corso è fornire allo studente le nozioni di base in merito alla gestione, alle prerogative e ai meccanismi finanziari legati alle aziende private no profit.
<i>Intellectual property, competition and data</i>	GIUR-02/A	Obiettivo dell'insegnamento è fornire gli elementi di base di conoscenza del diritto commerciale e industriale in relazione alla disciplina dell'imprenditore, delle società di persone e di capitali con specifico riferimento alla tutela dei diritti dei marchi e

INSEGNAMENTO	SSD	OBIETTIVI FORMATIVI SPECIFICI
<i>Management</i>		dei brevetti.
<i>Internazionalizzazione delle Imprese</i>	ECON-07/A	Il corso si propone di portare gli studenti a confrontarsi con i principali problemi che caratterizzano il processo di internazionalizzazione delle imprese. In termini generali, gli studenti esaminano le fasi, gli snodi critici, le difficoltà e gli strumenti disponibili per l'impresa che, nell'ambito di una strategia di espansione geografica, oltrepassa i confini nazionali e decide di svolgere parte della propria attività in uno o più mercati internazionali. Il corso si focalizza sui modelli e sulle teorie che analizzano le spinte all'internazionalizzazione delle imprese. Adottando la prospettiva della catena del valore, il corso si propone di analizzare i fattori che favoriscono/ostacolano lo stiramento geografico e l'internazionalizzazione delle diverse attività della filiera.
<i>Lingua Inglese</i>	ANGL-01/C	Gli obiettivi formativi sono stabiliti in base alle indicazioni del Quadro Comune Europeo di riferimento per la conoscenza delle lingue (QECR). Acquisizione delle strutture di base del sistema linguistico inglese (livelli B1/B2) al fine di sviluppare competenze comunicative, sia scritte che orali, per poter interagire in maniera corretta su un'ampia gamma di argomenti.
<i>Metodi quantitativi e applicazioni per i Big Data</i>	STAT-04/A	La rivoluzione digitale ha portato ad una esplosione della quantità di dati e informazioni disponibili (Big Data), la capacità di analizzare e correlare queste informazioni sta diventando un elemento basilare della competizione d'impresa e fonte di nuovo valore economico e d'innovazione. I Big data sono tuttavia informazioni non facili da gestire utilizzando i tradizionali strumenti dell'Information Technologies a causa della loro mole, della loro eterogeneità e delle loro numerose peculiarità. Per questo motivo stanno nascendo nuove architetture, metodologie e strumenti a disposizione di chi questi dati li deve trasformare in valore per l'azienda per supportare il processo decisionale: il Data Scientist. In questo modulo verranno analizzati le diverse tipologie di dati a disposizione, tecniche di accesso alle informazioni, le metodologie per gestirli e le architetture e strumenti per memorizzarli ed elaborarli. Il corso, dopo un focus metodologico sulle principali applicazioni matematiche per le decisioni aziendali, mira a illustrare le moderne soluzioni tecniche e metodologiche al problema della gestione dei big data, ovvero collezioni di dati destrutturati le cui dimensioni superano le capacità di memorizzazione, gestione e analisi tipiche dei tradizionali sistemi per basi di dati. Partendo dai requisiti delle moderne applicazioni, verranno affrontate le diverse problematiche di memorizzazione e uso dei big data, illustrando le soluzioni hardware e software che sono state proposte per la loro gestione. Durante il corso verranno coniugati aspetti metodologici e tecnologici mediante esercitazioni pratiche con l'ausilio di sistemi reali, seminari aziendali e progetti pratici.
<i>Metodi quantitativi per le decisioni aziendali</i>	STAT-04/A	Il corso si pone l'obiettivo di fornire i principali strumenti matematici di base utilizzati nei modelli economici. Alla fine del corso gli studenti conosceranno i principali concetti alla base del calcolo infinitesimale e le proprietà delle funzioni reali. Inoltre, potranno comprendere semplici modelli quantitativi. In particolare, il corso tratta i seguenti argomenti: – Insiemi. Numeri reali. Equazioni e disequazioni. – Funzioni di una variabile, limiti, continuità, derivate. – Ricerca di massimi e minimi. Studio di funzioni. Integrali. – Cenni sulle funzioni di due variabili
<i>Metodi quantitativi per Marketing</i>	STAT-04/A	Il corso si pone l'obiettivo di fornire i principali strumenti matematici di base utilizzati nei modelli economici. Alla fine del corso gli studenti conosceranno i principali concetti alla base del calcolo infinitesimale e le proprietà delle funzioni reali. Inoltre, potranno comprendere semplici modelli quantitativi. In particolare, il corso tratta i seguenti argomenti: – Insiemi. Numeri reali. Equazioni e disequazioni. – Funzioni di una variabile, limiti, continuità, derivate. – Ricerca di massimi e minimi. Studio di funzioni. Integrali. – Cenni sulle funzioni di due variabili
<i>Per la conoscenza di almeno una lingua straniera</i>	-	-
<i>Scenari economici di mercato</i>	ECON-01/A	In corso fornisce una solida comprensione dei meccanismi che governano l'economia di mercato, analizzando le dinamiche e le tendenze che plasmano gli scenari economici a livello globale, nazionale e settoriale. Attraverso l'acquisizione di strumenti analitici e di una visione d'insieme dei principali indicatori economici, gli studenti saranno in grado di interpretare gli eventi economici, valutare i rischi e le opportunità, e prendere decisioni informate in ambito economico e finanziario.

INSEGNAMENTO	SSD	OBIETTIVI FORMATIVI SPECIFICI
<i>Statistica</i>	STAT-01/A	Il corso ha come obiettivo quello di fornire agli studenti i principali strumenti di base della statistica al fine di poter effettuare analisi e interpretare i risultati delle principali tecniche statistiche. Le esercitazioni e i casi studi analizzati durante il corso permettono di avere una visione empirica delle diverse tematiche affrontate e di sviluppare la capacità di applicare le conoscenze teoriche allo studio dei fenomeni reali. Le tecniche statistiche verranno applicate a problemi in campo aziendale mediante l'uso di opportuni software.
<i>Statistica economica</i>	STAT-02/A	Scopo della Statistica economica è di fornire a tutti i soggetti che debbono prendere decisioni economiche un quadro integrato e coerente di conoscenze e di analisi statistico-quantitative sui fenomeni economici collettivi, riguardanti i due principali operatori del sistema economico: le famiglie e le imprese. Oltre ai concetti base della Statistica economica e della Contabilità nazionale si introduce anche l'approccio moderno della Statistica economica basato sul concetto di territorio. Completano il corso, le nozioni di base delle ricerche di mercato.
<i>Statistica per il marketing</i>	STAT-02/A	Scopo della Statistica per il marketing è di fornire a tutti i soggetti che debbono prendere decisioni economiche un quadro integrato e coerente di conoscenze e di analisi statistico-quantitative sui fenomeni economici collettivi, riguardanti i due principali operatori del sistema economico: le famiglie e le imprese. Oltre ai concetti base della Statistica economica e della Contabilità nazionale si introduce anche brevemente l'approccio moderno della Statistica economica basato sul concetto di territorio. Completano il corso, le nozioni di base delle ricerche di mercato qualitative e quantitative nonché l'introduzione di alcuni modelli statistici per il marketing
<i>Strategie di Marketing digitale</i>	ECON-07/A	Obiettivo dell'insegnamento è fornire le conoscenze teoriche e gli strumenti tecnico-professionali per la gestione strategica e di marketing dell'impresa al fine di comprendere la sua funzione nei mercati, anche alla luce delle sfide portate dalla rivoluzione digitale. Il programma consentirà allo studente di sviluppare le capacità necessarie ad avviare un processo decisionale, capace di rispondere a tali sfide, valutando scelte di natura strategica ed operativa. In particolare, nella prima parte dell'insegnamento sono approfondite le conoscenze e competenze necessarie all'analisi della concorrenza in un'ottica allargata a tutto l'ambiente competitivo; nella seconda parte sono fornite le più significative tecniche e metodologie per applicare tali conoscenze relativamente alla funzione di marketing, considerando un modello di business fortemente condizionato dall'innovazione digitale
<i>Strategie di Marketing diretto, digitale e off-line</i>	ECON-07/A	In corso fornisce una formazione completa e aggiornata sulle diverse strategie di marketing, con un focus particolare sul marketing diretto, digitale e off-line. Attraverso un approccio pratico e orientato ai risultati, il corso fornirà agli studenti gli strumenti necessari per sviluppare e implementare campagne di marketing efficaci e misurabili.
<i>Strategie d'impresa e marketing</i>	ECON-07/A	Obiettivo dell'insegnamento è fornire le conoscenze teoriche e gli strumenti tecnico-professionali per la gestione strategica e di marketing dell'impresa al fine di comprendere la sua funzione nei mercati, anche alla luce delle sfide portate dalla rivoluzione digitale. Il programma consentirà allo studente di sviluppare le capacità necessarie ad avviare un processo decisionale, capace di rispondere a tali sfide, valutando scelte di natura strategica ed operativa. In particolare, nella prima parte dell'insegnamento sono approfondite le conoscenze e competenze necessarie all'analisi della concorrenza in un'ottica allargata a tutto l'ambiente competitivo; nella seconda parte sono fornite le più significative tecniche e metodologie per applicare tali conoscenze relativamente alla funzione di marketing, considerando un modello di business fortemente condizionato dall'innovazione digitale.
<i>Tecniche di vendita on e off-line</i>	ECON-07/A	In corso fornisce una formazione completa e pratica sulle tecniche di vendita, sia nel mondo online che in quello offline. Attraverso un approccio integrato, verranno affrontati gli aspetti psicologici, comunicativi e strategici della vendita, fornendo agli studenti gli strumenti necessari per gestire efficacemente le relazioni con i clienti e incrementare le vendite.
<i>Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro</i>	-	-
<i>Ulteriori conoscenze linguistiche</i>	-	-

INSEGNAMENTO A SCELTA		
INSEGNAMENTO	SSD	OBIETTIVI FORMATIVI SPECIFICI
<i>Diritto pubblico</i>	GIUR-05/A	Il corso, che avrà essenzialmente carattere istituzionale, ha per oggetto l'ordinamento costituzionale italiano, la sua storia, la sua struttura, le sue istituzioni, la sua evoluzione, con particolare attenzione agli sviluppi dell'ordinamento europeo. Più nel dettaglio ci si propone di studiare gli elementi ed i luoghi classici del diritto pubblico e costituzionale con l'attenzione sempre rivolta alle importanti trasformazioni in corso nell'ordinamento giuridico italiano.
<i>Economia del territorio e Made in Italy</i>	AGRI-02/A	Il corso mira a fornire agli studenti strumenti teorico metodologici per analizzare e interpretare i processi sociali, economici e ambientali dei differenti sistemi territoriali, affrontandone le questioni più rilevanti a scala globale, europea a nazionale. Il corso mira a dare agli studenti consapevolezza sui caratteri evolutivi dei principali settori produttivi del made in Italy e sulle problematiche del sistema produttivo italiano. Il corso mira a offrire agli studenti chiavi analitico interpretative delle principali politiche europee a incidenza territoriale e del ruolo delle politiche pubbliche nelle relazioni tra agricoltura, ambiente e territorio. Alcuni approfondimenti a carattere monografico riguardanti ambiti territoriali, imprese e comunità mirano a fornire agli studenti capacità di analisi dei processi a scala territoriale sui temi legati allo sviluppo locale e alla sostenibilità.
<i>Destination Management</i>	ECON-07/A	Il corso ha come obiettivo il trasferimento di conoscenze e competenze utili a orientare i problemi di indirizzo strategico e operativo delle destinazioni turistiche e degli attori in questo settore operanti. Nello specifico, si esamineranno le principali tematiche legate al turismo dal punto di vista del management e del marketing. In dettaglio: i concetti di destinazione turistica e di territorio, i concetti di sistema territoriale e di Destination Marketing Organization, le attività di governance di una destinazione, il concetto e gli elementi del prodotto turistico, il ruolo e le funzioni dei diversi attori della filiera (istituzioni, imprese, enti), il concetto di sviluppo turistico sostenibile, gli strumenti di analisi della competitività e dell'attrattività di un territorio. Il corso prevede l'utilizzo e l'elaborazione pratica di modelli teorici applicati a case study.
<i>Lingua Spagnola</i>	SPAN-01/C	L'obiettivo del corso è quello di fare acquisire una conoscenza della lingua spagnola sufficiente da permettere di leggere, tradurre e capire testi in Spagnolo Commerciale
<i>Lingua Francese</i>	FRAN-01/B	Ai corsisti vengono forniti gli input teorici e gli strumenti metodologici indispensabili per acquisire le competenze linguistiche finalizzate alla comunicazione con i parlanti nativi di lingua francese. L'impianto metodologico fondato sulle quattro abilità, richiamate dal Quadro Comune Europeo di Riferimento per la lingua, si pone l'obiettivo di rafforzare le capacità di produzione e comprensione orale e scritta, che consentono di esprimersi sia in situazioni formali che informali rinvenibili nel quotidiano.