

**Regolamento didattico del corso di studio MAGISTRALE in “Management”**  
**a.a. 2024/25**  
**Approvato dal CCS del 02 maggio 2024**

<p>Art. 1  <b>Premessa e ambito di competenza</b></p>	<p>Il presente Regolamento, in conformità allo Statuto e al Regolamento Didattico di Ateneo, disciplina gli aspetti organizzativi dell’attività didattica del Corso di studio magistrale in “Management”, nonché ogni diversa materia ad esso devoluta da altre fonti legislative e regolamentari.</p>
<p>Art. 2  <b>Requisiti di ammissione.</b>  <b>Modalità di verifica</b></p>	<p><b>Requisiti di ammissione</b></p> <p>a) Il corso di laurea magistrale in Management è accessibile direttamente a quanti siano in possesso di un diploma di laurea triennale di classe L-18 Scienze dell’economia e della gestione aziendale ottenuto con un voto <math>\geq 99/110</math> e di un livello B1 nella conoscenza della lingua inglese (vedi dopo: Verifica del livello di competenza linguistica Inglese);</p> <p>b) i laureati triennali della classe L-18 che hanno ottenuto un voto di laurea <math>&lt; 99/110</math> e i laureati triennali L-15 e L-33, nonché i laureati (con qualsiasi voto di laurea) delle classi 17 e 28 vecchio ordinamento (DM 509/99) devono superare un test di accesso per la verifica della personale preparazione (MODULO 2, vedi dopo: Verifica della personale preparazione) ed essere in possesso di un livello B1 nella conoscenza della lingua inglese (vedi dopo: Verifica del livello di competenza linguistica Inglese);</p> <p>c) i laureati in tutte le altre classi di laurea (o in ordinamenti ante DM 509/99) devono:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ avere un curriculum di studi che includa almeno 30 cfu in insegnamenti dei seguenti settori scientifico-disciplinari: AREA 1: INF/01 INFORMATICA; MAT/05 ANALISI MATEMATICA; MAT/06 PROBABILITA' E STATISTICA MATEMATICA; MAT/09 RICERCA OPERATIVA; AREA 8: ICAR/22 ESTIMO; AREA 9: ING-IND/35 INGEGNERIA ECONOMICO-GESTIONALE; ING-INF/05 SISTEMI DI ELABORAZIONE DELLE INFORMAZIONI; AREA 11: M-PSI/05 PSICOLOGIA SOCIALE; M-PSI/06 PSICOLOGIA DEL LAVORO E DELLE ORGANIZZAZIONI; AREA 12: IUS/01 DIRITTO PRIVATO; IUS/04 DIRITTO COMMERCIALE; IUS/05 DIRITTO DELL'ECONOMIA; IUS/06 DIRITTO DELLA NAVIGAZIONE; IUS/07 DIRITTO DEL LAVORO; IUS/09 ISTITUZIONI DI DIRITTO PUBBLICO; IUS/10 DIRITTO AMMINISTRATIVO; IUS/12 DIRITTO TRIBUTARIO; IUS/13 DIRITTO INTERNAZIONALE; IUS/14 DIRITTO DELL'UNIONE EUROPEA; AREA 13: SECS-P/01 ECONOMIA POLITICA; SECS P/02 POLITICA ECONOMICA; SECS-P/03 SCIENZA DELLE FINANZE; SECS-P/04 STORIA DEL PENSIERO ECONOMICO; SECS-P/05 ECONOMETRIA; SECS-P/06 ECONOMIA APPLICATA; SECS-P/07 ECONOMIA AZIENDALE; SECS-P/08 ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE; SECS-P/09 FINANZA AZIENDALE; SECS-P/10 ORGANIZZAZIONE AZIENDALE; SECS-P/11 ECONOMIA DEGLI INTERMEDIARI FINANZIARI; SECS-P/12 STORIA ECONOMICA; SECS-P/13 SCIENZE MERCEOLOGICHE; SECS-S/01 STATISTICA; SECS-S/02 STATISTICA PER LA RICERCA SPERIMENTALE E TECNOLOGICA; SECS-S/03 STATISTICA ECONOMICA; SECS-S/04 DEMOGRAFIA; SECS-S/05 STATISTICA SOCIALE; SECS-S/06 METODI MATEMATICI DELL'ECONOMIA E DELLE SCIENZE ATTUARIALI E FINANZIARIE; AREA 14: SPS/07 SOCIOLOGIA GENERALE; SPS/08 SOCIOLOGIA DEI</li> </ul>

PROCESSI CULTURALI E COMUNICATIVI; SPS/09 SOCIOLOGIA DEI PROCESSI ECONOMICI E DEL LAVORO; SPS/10 SOCIOLOGIA DELL'AMBIENTE E DEL TERRITORIO;

- L'eventuale carenza di cfu potrà essere colmata attraverso iscrizione a singole attività formative, ai sensi dell'art. 7 del Regolamento di Ateneo per gli studenti, in insegnamenti appartenenti ai settori scientifico-disciplinari: MAT/05 ANALISI MATEMATICA; MAT/06 PROBABILITA' E STATISTICA MATEMATICA; MAT/09 RICERCA OPERATIVA; SECS-P/07 ECONOMIA AZIENDALE; SECS-P/08 ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE; SECS-P/09 FINANZA AZIENDALE; SECS-P/10 ORGANIZZAZIONE AZIENDALE; SECS-S/01 STATISTICA; SECS-S/03 STATISTICA ECONOMICA; SECS-S/06 METODI MATEMATICI DELL'ECONOMIA E DELLE SCIENZE ATTUARIALI E FINANZIARIE.  
La scelta degli insegnamenti utili a colmare la carenza di cfu deve essere approvata dal Responsabile della verifica dei requisiti di accesso del corso di studio.
  - superare un test di accesso per la verifica della personale preparazione (MODULO 1 e MODULO 2, vedi dopo: Verifica della personale preparazione);
  - raggiungere una valutazione complessiva del curriculum di studi e del merito accademico almeno pari a 70 punti (vedi dopo: Verifica della personale preparazione);
  - dimostrare un livello B1 nella conoscenza della lingua inglese (vedi dopo: Verifica del livello di competenza linguistica Inglese).
- d) Le istanze di ammissione da parte di iscritti ad altri corsi di laurea magistrale saranno verificate in funzione dell'accertamento del possesso dei requisiti curriculari sopra elencati. Tale verifica terrà conto di eventuali cfu conseguiti nella laurea magistrale di provenienza. In tal caso, i cfu validati per l'ammissione alla laurea magistrale in Management non potranno essere riconosciuti come già acquisiti a valere sul piano di studi. Le domande di iscrizioni provenienti da laureati magistrali o candidati in possesso di laurea specialistica saranno valutate dal Consiglio di corso di studi in coerenza con i criteri sopra elencati.
- e) Gli studenti in possesso di un titolo di studio conseguito all'estero riconosciuto idoneo per iscrizione ad una laurea magistrale secondo l'ordinamento italiano devono:
- avere un livello di conoscenza della lingua italiana pari ad almeno B2, dimostrabile attraverso certificazioni rilasciate da enti autorizzati (si veda: <https://unige.it/scuola-lingua-italiana>) o attraverso il superamento del Test di conoscenza della lingua italiana gestito dal Settore Sviluppo Competenze Linguistiche di Unige;
  - avere un livello B1 nella conoscenza della lingua inglese (vedi dopo: Verifica del livello di competenza linguistica inglese);
  - superare un test di accesso per la verifica della personale preparazione (modulo 1 e modulo 2, vedi dopo: Verifica della personale preparazione);
- La verifica di idoneità del titolo di studio conseguito all'estero è svolta dal Settore Welcome Office di Unige. Il requisito della lingua italiana e della lingua inglese devono essere posseduti prima dello svolgimento del test di accesso.
- f) gli studenti non-EU richiedenti visto con titolo di studio conseguito all'estero presentano domanda di ammissione attraverso la piattaforma UniGeApply. Le domande di ammissione saranno valutate in coerenza con le regole stabilite al punto e) del presente regolamento.

Possono presentare la domanda anche i laureandi, purché in debito del solo esame di laurea.

Le modalità di presentazione della Domanda di ammissione e della Domanda di valutazione dei requisiti curriculari sono specificate sul sito del Corso di Studio.

Gli studenti con disabilità e DSA svolgono la prova prevista con l'uso degli ausili loro necessari come disposto dall'art. 7 del presente Regolamento.

#### **Verifica della personale preparazione**

La verifica della personale preparazione è svolta mediante un test di accesso che si compone di due moduli: **MODULO 1**, di verifica delle conoscenze di base: volto ad accertare la conoscenza delle nozioni fondamentali delle discipline oggetto di studio in un corso di laurea triennale di classe L-18 Scienze dell'economia e della gestione aziendale. Esso consiste in una batteria di domande a risposta chiusa somministrate a computer in un'aula informatica dell'università. Il test è a sbarramento ed è considerato superato con la votazione di almeno 18/30. La preparazione del MODULO 1 del test di accesso richiede tempo e dedizione, un impegno comparabile alla preparazione di diversi esami fondamentali di una Laurea triennale in Economia aziendale. Chi non supera il MODULO 1 non può accedere al MODULO 2.

**MODULO 2**, di verifica delle conoscenze approfondite delle tematiche fondamentali di ambito aziendale, economico, giuridico e quantitativo su cui si sviluppa la laurea magistrale in Management. Esso consiste in un esame scritto in presenza con domande a risposta aperta. Il modulo 2 è superato con la votazione di almeno 18/30. La preparazione del MODULO 2 del test di accesso richiede tempo, dedizione e studio approfondito degli argomenti oggetto di verifica. Argomenti, modalità di erogazione, calendario delle prove, risultati, ecc. sono pubblicate sul sito del Corso di Studio.

I due moduli del test di accesso sono somministrati in sequenza. Chi deve sostenerli entrambi ottiene un voto pari alla media dei voti conseguiti nei due moduli. Entrambi i test possono essere ripetuti senza limiti. Chi supera il MODULO 1 ma non il MODULO 2 può tenere la valutazione positiva ottenuta nel MODULO 1 fino alla fine dell'anno accademico in corso (solo nel caso in cui il candidato superi il MODULO 1 nella sessione di febbraio può sostenere il MODULO 2 nella sessione di luglio dello stesso anno solare). Decorso tale termine occorre ripetere entrambi i moduli.

#### Valutazione del curriculum di studi e del merito accademico

I laureati in classi di laurea diverse da L-18, L-15 e L-33, nonché i laureati delle classi 17 e 28 vecchio ordinamento (DM 509/99) devono ottenere una valutazione complessiva del curriculum di studi e del merito accademico pari ad almeno 70 punti, che tiene conto di:

- 1) valutazione della carriera accademica precedente (*per il dettaglio vedi Tabella 1 di seguito riportata*);
- 2) valutazione del merito accademico (*per il dettaglio vedi Tabella 2 di seguito riportata*);
- 3) media dei voti conseguiti nello svolgimento del test di accesso (MODULO 1 e MODULO 2)

**TABELLA 1**

Valutazione della carriera precedente in termini di CFU acquisiti nei settori scientifico disciplinari di cui al punto c) dei requisiti di ammissione

Numero di CFU complessivamente acquisiti	Punteggio
30-40	10
41-50	20
> 50	30

**TABELLA 2**

Valutazione del merito accademico

Voto di laurea	Punteggio
$\leq 88$	0
89-98	10
99-104	20
105	30
106	31
107	32
108	33
109	34
110	35
110 e lode	40

Gli studenti sono invitati a valutare attentamente il proprio profilo rispetto a ciascun parametro di valutazione indicato e a calcolare quale punteggio minimo occorre ottenere nel loro specifico caso nel test di accesso per raggiungere la soglia di 70 punti utile all'accesso.

Ad esempio:

- Caso a) CFU acquisiti nella carriera pregressa = 30 (10 punti); voto di laurea = 107 (32 punti). Il candidato può raggiungere la soglia di 70 punti per l'accesso se ottiene almeno  $70 - 42 = 28$  trentesimi come media voti del modulo 1 e 2 nel test di accesso.
- Caso b) CFU acquisiti nella carriera pregressa = 50 (20 punti); voto di laurea = 110 (35 punti). Il candidato può raggiungere la soglia di 70 punti per l'accesso se ottiene almeno  $70 - 55 = 15$ , ma il test è superato con la votazione di almeno 18 trentesimi (sia modulo 1 sia modulo 2).
- Caso c) CFU acquisiti nella carriera pregressa = 80 (30 punti); voto di laurea = 100 (20 punti). Il candidato può raggiungere la soglia di 70 punti per l'accesso se ottiene almeno  $70 - 50 = 20$  trentesimi come media voti del modulo 1 e 2 nel test di accesso.

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Caso d) CFU acquisiti nella carriera pregressa = 50 (20 punti); voto di laurea = 90 (10 punti). Il candidato non può raggiungere la soglia di 70 punti in nessun caso, anche se prendesse 30 trentesimi come media voti del modulo 1 e 2 nel test di accesso.</li> </ul> <p><b>Verifica del livello di competenza linguistica inglese:</b></p> <p>Tutti gli iscritti al corso di laurea magistrale in Management devono possedere in ingresso una conoscenza della lingua inglese almeno pari al livello B1. Tale requisito deve essere posseduto prima dello svolgimento del test di accesso (se richiesto, vedi sopra: Requisiti di ammissione). A tal fine:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- i laureati triennali in Economia dell'Università di Genova (qualsiasi classe di laurea) sono esonerati dalla verifica di tale requisito;</li> <li>- tutti gli altri candidati devono dimostrare il possesso di tale requisito, attraverso un certificato B1 (con data non anteriore a tre anni dalla data di svolgimento del test di accesso) tra quelli riconosciuti da UNIGE: <a href="https://clat.unige.it/CertificazioniRiconosciute">https://clat.unige.it/CertificazioniRiconosciute</a> oppure presentando documentazione relativa al superamento nella carriera universitaria precedente di uno o più esami di lingua inglese per almeno 9 cfu complessivi con una votazione o media voti di almeno 21/30 (in caso di titolo di studio rilasciato all'estero, la votazione e il peso in cfu dell'esame saranno verificati tramite applicazione della tabella di conversione utilizzata per la mobilità internazionale);</li> </ul> <p>in mancanza di tali condizioni l'accertamento del requisito potrà essere effettuato attraverso un test di inglese B1 erogato in collaborazione con il Settore sviluppo competenze linguistiche di Unige.</p>
<p>Art. 3 <b>Attività formative</b></p>	<p>L'offerta formativa, l'elenco degli insegnamenti attivabili e delle altre attività formative, con i corrispondenti numeri di CFU e l'eventuale articolazione in moduli, sono riportati nella parte speciale del presente Regolamento, nella quale sono indicate sia le ore di didattica frontale sia quelle che devono essere dedicate allo studio personale per ogni insegnamento.</p> <p>La frazione dell'impegno didattico complessivo riservato allo studio personale dello studente o ad altre attività formative è pari ad almeno 2/3, esclusi i casi di attività formative a elevato contenuto interattivo in aula.</p> <p>Le attività formative offerte comprendono: insegnamenti, seminari, tirocini, altre attività (culturali, relazionali, informatiche, linguistiche) volte all'acquisizione di conoscenze e competenze complementari alla formazione istituzionale impartita secondo quanto stabilito per ogni anno accademico nel Manifesto degli studi.</p>
<p>Art. 4 <b>Curricula</b></p>	<p>Il corso di LM "Management" è articolato in un unico curriculum che prevede alcuni insegnamenti a scelta.</p>
<p>Art. 5 <b>Piani di studio</b></p>	<p>Lo studente dovrà compilare annualmente il piano di studio nei termini indicati dal Dipartimento. I piani di studio conformi all'offerta formativa inserita nella banca dati ministeriale vengono approvati automaticamente.</p> <p>Lo studente può presentare un piano di studio individuale, purché coerente con il progetto culturale e adeguato agli obiettivi formativi e ai contenuti specifici del corso di studi. Il piano di studi individuale conforme all'ordinamento didattico è approvato dal Consiglio di Corso di Studio.</p>

	<p>Il piano di studio individuale, non aderente al percorso inserito nella banca dati ministeriale dell'offerta formativa ma conforme all'ordinamento didattico, ovvero articolato su una durata più breve rispetto a quella normale, è approvato sia dal Consiglio di Corso di Studio sia dal Consiglio di Dipartimento.</p> <p>Le eventuali materie inserite "Fuori Piano" non concorrono al calcolo della media dei voti ai fini dell'attribuzione del punteggio finale.</p>
<p>Art. 6 <b>Frequenza e modalità di svolgimento delle attività didattiche</b></p>	<p>La frequenza delle lezioni, utile e perciò consigliata, non è obbligatoria e non può in alcun modo costituire criterio di ingiustificate differenze di trattamento tra studenti.</p> <p>Il Corso di Studio si avvale, nei limiti delle disponibilità di risorse umane e finanziarie, di opportuni strumenti didattici (informatici, supporti on-line, e aulaweb) per agevolare gli studenti nell'accesso ai contenuti formativi delle attività didattiche.</p> <p>Sono previste lezioni frontali, esercitazioni, seminari, attività laboratoriali, anche utilizzando supporti informatici. Per tali attività i docenti possono avvalersi di modalità telematiche, mediante l'utilizzo degli strumenti di e-learning messi a disposizione dell'Ateneo.</p> <p>I singoli anni di Corso si suddividono in due periodi didattici (semestri), indicati nel Manifesto degli Studi. Tali periodi sono separati da un congruo intervallo al fine di consentire lo svolgimento degli esami.</p> <p>Sul sito web del Corso di Studio vengono pubblicati annualmente:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• le indicazioni relative ai periodi di svolgimento delle attività didattiche e alle relative sospensioni</li> <li>• gli orari e le sedi di svolgimento delle lezioni, esercitazioni e altre attività didattiche</li> </ul>
<p>Art. 7 <b>Esami e altre verifiche del profitto</b></p>	<p>La verifica del profitto ovvero la verifica dell'apprendimento degli studenti avverrà al termine dello svolgimento di ogni attività formativa, senza un limite massimo entro il quale la verifica debba essere superata, secondo modalità stabilite dai singoli docenti.</p> <p>Nel rispetto dell'organizzazione complessiva della didattica, i docenti potranno effettuare verifiche in itinere durante il corso, nelle ore di lezione dell'insegnamento, che possono rappresentare un elemento di valutazione delle diverse fasi di apprendimento dei contenuti dell'insegnamento stesso.</p> <p>Il Calendario degli esami di profitto dei singoli insegnamenti e degli esami finali per il conferimento di titoli accademici è pubblicato sul sito web del Corso di Studio e reso noto nelle forme ritenute opportune, entro la data stabilita dall'art. 25 del Regolamento Didattico di Ateneo, per l'anno accademico successivo.</p> <p>Le Commissioni d'esame sono nominate dal Direttore del Dipartimento e sono composte da almeno due membri, dei quali uno è il Docente responsabile dell'insegnamento, secondo quanto previsto dal Regolamento didattico di Ateneo.</p> <p>Potranno essere definite forme specifiche di verifica per attività formative diverse dagli insegnamenti.</p> <p>Con riferimento alla possibilità di ripetere l'esame fallito, la limitazione del numero d'appelli a cui lo studente si può presentare, se ritenuta necessaria, deve essere adeguatamente resa pubblica dai singoli docenti e deve comunque essere definita in misura tale da non compromettere il numero di appelli consentito dal vigente Regolamento didattico d'Ateneo all'art. 20 comma 13 e art. 22 comma 4 (DR n. 1281 del 28.3.2022 e modifiche successive).</p> <p>Il "salto di appello" in caso di non superamento dell'esame non si applica se implica un salto di sessione.</p>

	<p>Gli studenti con disabilità o con DSA sostengono prove equivalenti alle prove di verifica del profitto stabilite da ciascun docente. Essi potranno avvalersi della possibilità di prolungare fino al 50% (disabilità) e 30% (DSA) in più il tempo della prova e, se necessario, di svolgere la stessa in presenza di tutor autorizzati, che hanno il compito di consentire l'accesso alle prove o l'esecuzione materiale delle stesse in base agli impedimenti neurosensoriali o fisici dello studente. Gli studenti con disabilità svolgono gli esami con l'uso degli ausili loro necessari. Il Settore servizi per gli studenti con disabilità e studenti con DSA, tramite il Referente di Area, garantisce sussidi tecnici e didattici specifici, nonché il supporto di appositi servizi di tutorato specializzato, sulla base delle risorse finanziarie disponibili; analogamente, per gli studenti con DSA verranno applicati i necessari strumenti compensativi e le necessarie misure compensative e dispensative previste per legge, nel rispetto degli obiettivi previsti nel Corso di Studio. Il trattamento individualizzato in favore degli studenti con disabilità viene concertato tra il Referente di Area per gli studenti con disabilità e DSA e il Presidente della Commissione d'esame.</p> <p>Le Commissioni d'esame dispongono di trenta punti per la valutazione del profitto; può essere concessa all'unanimità la lode. L'esame è superato se lo studente ottiene una valutazione pari o superiore a diciotto punti su trenta. L'esito dell'esame è verbalizzato, con la votazione conseguita, attraverso le norme previste per la verbalizzazione online e la successiva registrazione nella carriera dello studente.</p> <p>Per le materie organizzate in moduli (anche erogati in periodi differenti, o di semestre, o di anno) la registrazione del voto nella carriera dello studente sarà possibile solo dopo il superamento delle prove di esame di ciascun modulo, e il voto corrisponderà alla media ponderata delle singole votazioni ottenute.</p> <p>Per le attività formative per le quali non è prevista l'espressione di un punteggio, l'esito positivo della prova verrà registrato come "superato/idoneo" e non concorrerà al calcolo della media ponderata finale.</p>
<p><b>Art. 8</b> <b>Riconoscimento di crediti</b></p>	<p>Compete al Consiglio del Corso di studio il riconoscimento totale o parziale dei crediti acquisiti per:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) esami di livello universitario (o equipollente) debitamente certificati e precedenti all'iscrizione al Corso;</li> <li>b) attività previste da convenzioni eventualmente stipulate dall'Ateneo;</li> <li>c) attività promosse dall'Ateneo, per le quali sia individuata la coerenza con gli obiettivi formativi del Corso di Studio.</li> </ul> <p>Il Consiglio del Corso di studio si esprimerà sulla richiesta di riconoscimento di crediti formativi per attività "altre", rispetto a quelle sopra indicate, se opportunamente corredata da documentazione da cui si evincano:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- contenuti coerenti con gli obiettivi formativi del Corso di Studio;</li> <li>- impegno orario complessivo adeguato;</li> <li>- presenza di una prova finale di cui deve risultare il superamento.</li> </ul> <p>Il CCS valuterà le istanze nel corso delle proprie riunioni che, di norma, vengono convocate mensilmente.</p>
<p><b>Art. 9</b> <b>Mobilità e studi compiuti all'estero</b></p>	<p>Il corso di studio magistrale in Management promuove e incoraggia la partecipazione degli studenti e dei docenti ai programmi di scambi internazionali (Erasmus+, ecc.), anche con il riconoscimento di crediti "altri" e con una valorizzazione ai fini della valutazione conclusiva del percorso di studi.</p> <p>Il conseguimento di CFU all'estero determina un'attribuzione aggiuntiva di punteggio per la Prova finale:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-da 6 a 11 cfu comporta l'aggiunta di 0,5 punti;</li> </ul>

	<p>-da 12 a 18 cfu l'aggiunta di 1 punto;          -oltre 18 CFU l'aggiunta di 2 punti.</p> <p>Per l'approvazione dei progetti individuali di mobilità e per la congruità complessiva delle attività proposte in questi ultimi, si rimanda all'art. 23, comma 2 del Regolamento d'Ateneo.</p>
<p><b>Art. 10</b>  <b>Prova finale</b></p>	<p>Alla prova finale si accede con la compilazione della domanda di laurea, che dovrà essere presentata dallo studente (con conferma dell'apposita procedura online) solo avendo una carriera con tutti gli esami superati e registrati.</p> <p>La prova finale consiste nella discussione pubblica della tesi dinanzi ad apposita Commissione, costituita secondo quanto previsto dal Regolamento didattico di Ateneo (art. 21, c.3).</p> <p>La Commissione è composta dal Presidente e da almeno altri quattro docenti, tra i quali il correlatore (preferibilmente appartenente all'area scientifica dell'insegnamento nel cui ambito è stata svolta la tesi, salvo richiesta di correlatore di altra area, preventivamente formulata dal relatore, per tesi di argomento interdisciplinare).</p> <p>Il Presidente è il garante del corretto svolgimento della prova, in particolare per quanto riguarda: l'impiego degli strumenti di ausilio; la garanzia di un tempo adeguato per la presentazione e discussione dell'elaborato e la collegialità della sua valutazione; l'appropriatezza dei comportamenti di tutti i presenti (docenti, candidati, pubblico).</p> <p>Con il consenso del relatore è possibile utilizzare contenuti digitali multimediali a supporto della presentazione della tesi.</p> <p>La tesi può avere ad oggetto argomenti legati a tutte le discipline del percorsodi studio, purché coerenti con il quadro culturale e gli obiettivi formativi del Corso di Studio, nonché attinenti agli interessi e alle esperienze maturate dallo studente (es. tirocinio, tirocinio svolto all'estero, tesi svolta all'estero anche durante l'Erasmus).</p> <p>L'argomento della tesi viene richiesto a un docente titolare di insegnamento afferente ad un raggruppamento scientifico disciplinare presente nel piano di studi del Corso di Studio in Management dello studente fra gli insegnamenti caratterizzanti o affini. In via eccezionale, nel caso in cui con il docente individuato non sia stato sostenuto alcun esame nel percorso magistrale, lo studente, acquisita la disponibilità del relatore, dovrà chiedere l'autorizzazione al Coordinatore del Corso di Studio.</p> <p>Quando la tesi di laurea viene preparata in collaborazione con imprese e istituzioni, è possibile prevedere un correlatore esterno, rappresentato da chi, nell'ambito dell'impresa o dell'istituzione oggetto di studio, ha seguito il percorso di redazione della tesi di laurea.</p> <p>La tesi di laurea magistrale deve caratterizzarsi per l'originalità del tema, del metodo e dei risultati ottenuti, nonché per un rigoroso metodo di ricerca, per completi ed aggiornati riferimenti bibliografici, per approfondita conoscenza della materia e capacità di analisi critica.</p> <p>Può essere redatta in lingua inglese purché accompagnata da un abstract in italiano.</p> <p>La valutazione della tesi verterà sull'acquisizione delle seguenti competenze del laureando:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- essere in grado di svolgere un lavoro autonomo applicando le conoscenze acquisite nel percorso di studi;</li> </ul>



- sapersi documentare e informare in modo corretto, ricercando fonti, recuperando materiale di carattere scientifico coerente con la tematica sviluppata, anche utilizzando le risorse elettroniche messe a disposizione dalle fonti ufficiali e dal Centro di Servizi Bibliotecari dell'Ateneo;
- saper scrivere il risultato del proprio lavoro in maniera adeguata secondo la tipologia della disciplina di riferimento, in modo approfondito, critico ed originale, utilizzando termini corretti, citando precisamente le fonti e la bibliografia di riferimento;
- essere in grado di presentare oralmente alla Commissione il lavoro svolto e di discutere in modo efficace sulle questioni poste dai membri della Commissione.

*Modalità della valutazione conclusiva*

Il voto finale sintetizza tutta la carriera dello studente, tenendo conto sia del raggiungimento da parte dello stesso degli obiettivi formativi del Corso di Studio, sia della coerenza e validità complessiva del proprio progetto formativo individuale, costruito con adeguati gradi di libertà anche su attività e saperi non strettamente curriculari.

Il voto finale viene definito sulla base dei seguenti elementi:

1. la media curriculare (espressa in centodecimi): è costituita dalla media aritmetica delle votazioni riportate negli esami sostenuti dallo studente ponderata in relazione al numero di CFU attribuiti a ciascun insegnamento o Altre attività formative;
2. le lodi conseguite per gli esami di profitto: per il calcolo della media, il voto 30 e lode, conseguito in un esame, si traduce in 31 qualsiasi sia il numero di CFU dell'insegnamento;
3. il conseguimento all'estero di CFU: da 6 a 11 CFU comportano l'aggiunta di 0,5 punti; da 12 a 18 CFU l'aggiunta di 1 punto e oltre 18 CFU l'aggiunta di 2 punti;
4. la valutazione della prova finale: il punteggio massimo complessivo attribuibile alla prova finale pari a 8 punti così assegnati:
  - punteggio variabile da 0 a 6 punti alla qualità dell'elaborato;
  - punteggio variabile da 0 a 2 punti alla capacità di presentare e discutere l'elaborato,

rispondendo alle domande formulate dal correlatore e dalla Commissione.

Il voto finale deriva da un unico arrotondamento effettuato sul punteggio risultante dalla somma di tutti gli elementi precedenti. L'arrotondamento avviene:

- per difetto, laddove i decimali siano minori o uguali a 5;
- per eccesso, laddove i decimali siano maggiori di 5.

Ove il punteggio raggiunga (o superi) 110 e in presenza di una carriera con un punteggio di almeno 104 e dell'attribuzione di 6 punti alla tesi, su proposta del relatore, la Commissione, all'unanimità, può attribuire la lode.

	<p>La richiesta della dignità di stampa deve essere preventivamente comunicata dal relatore, con adeguate motivazioni scritte, alla Direzione del Dipartimento. Il Direttore provvede a nominare due correlatori e a trasmettere anche ai membri della Commissione la richiesta motivata.</p> <p>Il dettaglio del “Calendario delle sessioni di laurea (con scadenze)”, delle “Modalità di iscrizione e procedure per laurearsi”, delle “Caratteristiche della tesi di laurea magistrale”, della “Presentazione e discussione della tesi”, dei “Criteri di valutazione delle carriere e di attribuzione del voto finale” ed altre informazioni utili sono pubblicate nel sito web del Corso.</p>
<p>Art. 11 <b>Orientamento e tutorato</b></p>	<p>Il corso di studio partecipa alle attività di orientamento e tutorato istituite dal Dipartimento per i corsi di laurea magistrale, integrandole con iniziative proprie, volte a:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• incrementare le occasioni di approfondimento sulle specificità del corso, utili ad una scelta di iscrizione consapevole e altamente motivata;</li> <li>• monitorare eventuali criticità nello svolgimento delle carriere degli studenti e porre in essere iniziative correlate;</li> <li>• proporre iniziative mirate al sostegno per l’inserimento nel mondo del lavoro.</li> </ul> <p><i>Docenti tutor</i></p> <p>I docenti tutor partecipano attivamente alle attività di orientamento svolgendo attività di tutorato di accoglienza; segnalando al Consiglio del Corso di Studio le criticità che necessitano dell’attivazione di tutorato didattico; suggerendo iniziative di miglioramento della gestione delle attività didattiche del Corso di Studio.</p> <p>Il tutorato degli studenti iscritti al Corso di Studio rientra nei compiti didattici dei docenti. I nominativi dei docenti tutor, nonché gli orari di ricevimento, sono reperibili sul sito web del Corso di Studio.</p>
<p>Art. 12 <b>Verifica periodica dei crediti</b></p>	<p>Ogni anno il Consiglio di Corso di Studio verifica se i crediti attribuiti a ciascuna attività formativa sono coerenti con gli obiettivi formativi.</p>
<p>Art. 13 <b>Consulta</b></p>	<p>Il Consiglio di Corso di studio verifica, attraverso una Consulta formata da Docenti del Consiglio, da rappresentanti del mondo delle istituzioni, dell’amministrazione pubblica, delle organizzazioni complesse, delle imprese private di produzione di beni e di erogazione di servizi e delle professioni, le esigenze formative del mercato del lavoro, al fine di definire le figure e i profili professionali che si intendono formare, attraverso un costante aggiornamento della proposta formativa.</p>
<p>Art. 14 <b>AQ del Corso di studio</b></p>	<p>Il controllo qualità delle attività formative avviene attraverso la raccolta delle opinioni degli studenti sulle attività formative previste dai piani di studio in conformità con gli obiettivi, il monitoraggio degli esiti degli esami di profitto e della durata delle carriere universitarie, i dati forniti dall’Ufficio statistico di Ateneo, la raccolta delle opinioni dei Laureati (AlmaLaurea), la Relazione annuale della CPDS ed ogni altro documento/relazione utile. È prevista, inoltre, la raccolta delle opinioni dei docenti sui loro insegnamenti. L’autovalutazione sarà effettuata dalla Commissione per l’Assicurazione della Qualità (Commissione AQ) del Corso di Studio sulla base delle linee guida indicate dal MUR e dall’Ateneo.</p>
<p>Art. 15 <b>Approvazione e revisioni</b></p>	<p>Ai sensi dell’articolo 25, commi 1 e 4 del Regolamento Didattico di Ateneo, il presente Regolamento e le sue successive revisioni sono approvati dal Consiglio di Corso di Laurea Magistrale in Management a maggioranza dei componenti e sottoposti all’approvazione del Consiglio di Dipartimento, sentita la Scuola.</p>

Art. 16. <b>Norme di rinvio</b>	Per quanto non previsto esplicitamente nel presente Regolamento didattico di Corso di Laurea Magistrale si rinvia allo Statuto dell'Università e al Regolamento generale d'Ateneo
------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

**Parte speciale contiene l'elenco delle attività formative attivabili:**

A n n o d i c o r s o	Codice _ins	Nome_ins	Nome_ins EN	C F U	SSD	Tipologia	Ambito	Lingua	Obiettivi formativi	Obiettivi formativi inglese	Ore riservate attività didattica assistita	Ore riservate allo studio personale
1	24694	DIRITTO DEL LAVORO NELL'ECONOMIA DIGITALE	INDUSTRIAL LAW IN THE DIGITAL ECONOMY	6	IUS/07	AFFINI O INTEGRATIVE	Attività Formativ e Affini o Integrative	Italiano	L'insegnamento si propone di fornire conoscenze e competenze utili per comprendere il diritto del lavoro alla prova dell'economia digitale. Attraverso approfondimenti teorici e analisi di caso, verranno forniti gli strumenti per sviluppare un'autonoma capacità di valutazione delle problematiche giuridiche generate dalla diffusione dei sistemi digitali e di intelligenza artificiale nel mercato del lavoro, nella gestione dei rapporti di lavoro e nell'organizzazione della rappresentanza sindacale.	The course aims at providing knowledge and skills useful to understand labour law at the test of the digital economy. Through theoretical analysis and case studies, it will provide the tools to develop an autonomous ability to assess the legal issues generated by the spread of digital systems and artificial intelligence in the labour market, in the management of labour relations and in the organisation of trade union representation.	48	102

1	45441	BUSINESS ETHICS E RESPONSABILITA' SOCIALE DELLE IMPRESE	BUSINESS ETHICS AND CORPORATE SOCIAL RESPONSABILITY	6	SECS-P/08	AFFINI O INTEGRATIVE	Attività Formative e Affini o Integrative	Italiano	L'insegnamento si pone l'obiettivo di esplorare la relazione tra dimensione etica e razionalità economica, con particolare riferimento alla responsabilità sociale delle imprese (RSI). L'impresa, infatti, non è solo produttore di beni e servizi per il mercato ma anche soggetto attivo in un sistema di relazioni di convivenza interne ed esterne. La responsabilità sociale diviene quindi chiave interpretativa e normativa dell'essere e del fare impresa in un'ottica di sostenibilità e bene comune. Tra le tematiche che verranno approfondite ricordiamo: il rapporto tra etica ed economica; lo sviluppo sostenibile; lo stakeholder management and engagement; le dimensioni della RSI e il suo ruolo strategico; gli strumenti di rendicontazione sociale; il comportamento etico di imprenditori e manager.	The course aims to explore the relationship between ethics and business, with specific reference to corporate social responsibility (CSR). Firms, indeed, are not only producers of goods and services for the market, but also actors in a network of internal and external relationships; as a consequence, corporate social responsibility (CSR) is a way both to understand the firm's nature and to manage it in a perspective of common good and sustainability. The main topics of the course are the relationship between ethics and business; sustainable development; stakeholder management and engagement; the dimensions of CSR and its strategic role; the social reporting instruments; the ethical behaviour of entrepreneurs and managers.	48	102
1	57451	TIROCINIO	TRAINEESHIP	6		A SCELTA	A Scelta dello Studente		I tirocini di formazione ed orientamento sono i percorsi di apprendimento pratico-applicativo svolti, presso imprese o enti convenzionati con il Dipartimento o con l'Ateneo, durante il periodo di iscrizione ad uno dei corsi attivati dal Dipartimento di Economia (corsi di Laurea di primo livello o corsi di Laurea Magistrale). Il progetto formativo dei tirocini ha finalità pratico-applicative che integrano le conoscenze teoriche già acquisite o in corso di acquisizione nel percorso formativo universitario.	The training and orientation internships are the practical and applicative learning paths carried out, in companies or organizations affiliated with the Department or with the University, during the period of enrollment in one of the courses activated by the Department of Economics (Degree courses of first level or Master's Degree courses)	150	0

1	64447	MARKETING MANAGEMENT AND DIGITAL	MARKETING MANAGEMENT AND DIGITAL	9	SECS-P/08	CARATTERIZZANTI	Aziendale	Italiano	L'insegnamento si propone di accrescere negli studenti le capacità applicative dei concetti di marketing, nell'ambito delle nuove tendenze evolutive legate allo sviluppo del digitale e delle problematiche che le imprese devono affrontare in risposta all'evoluzione dei mercati e della domanda. In particolare, L'insegnamento ha l'obiettivo di far sviluppare adeguate metodologie e strumenti di analisi e misurazione del valore per il cliente generato dalle imprese, anche attraverso gli strumenti digitali.	The course will provide concepts and techniques useful in order to make advanced marketing decisions. In particular, the course is focused on the process of creation of customer value proposition and on the analysis of the principal methodologies and models for marketing planning and the measurement of marketing results (marketing metrics). Moreover, the course will introduce students to web marketing and social media marketing.	72	153
1	64635	BUSINESS HISTORY DAL NOVECENTO ALL'ERA DIGITALE	BUSINESS HISTORY FROM '900 TO THE DIGITAL ERA	6	SECS-P/12	CARATTERIZZANTI	Economico	Italiano	L'insegnamento si propone di fornire agli studenti gli strumenti necessari alla comprensione dei meccanismi di funzionamento dei diversi modelli di impresa in un'ottica comparata e di lungo periodo. Attraverso un'analisi del quadro teorico fornito dai principali studiosi della business history, gli studenti saranno in grado di comprendere i problemi riferiti alla gestione delle imprese come risultato dell'evoluzione storica che le ha caratterizzate. Lo studio dell'evoluzione dell'impresa nei diversi contesti geografici e di specifici case studies consentirà loro di saper utilizzare sia sul piano concettuale che su quello operativo le conoscenze acquisite con autonoma capacità di valutazione e con abilità nei diversi contesti applicativi. Ci si propone inoltre di fornire loro il linguaggio tecnico tipico della disciplina per comunicare in modo chiaro e senza ambiguità con interlocutori specialisti e non specialisti.	The course aims to provide students with the necessary tools to understand the mechanisms of operation of different business models from a comparative and long-term perspective. Through an analysis of the theoretical framework provided by the main scholars of business history, students will be able to understand the problems related to the management of enterprises as a result of their historical evolution. The study of the evolution of the enterprise in several geographical contexts and of specific case studies will enable them to be able to use both conceptually and operationally the knowledge they have acquired with autonomous evaluation skills and with ability in different application contexts. The course also aims at providing them with the technical language typical of the discipline to communicate clearly and	48	102

										unambiguously with specialist and non-specialist interlocutors.		
1	80386	CAMBIAMENTO ORGANIZZATIVO PER LA TRASFORMAZIONE DIGITALE	ORGANIZATIONAL CHANGE FOR THE DIGITAL TRANSFORMATION	9	SECS-P/10	CARATTERIZZANTI	Aziendale	Italiano	L'insegnamento si propone di approfondire le problematiche del cambiamento organizzativo nella trasformazione digitale attraverso l'analisi critica di materiali di ricerca e approfondimenti originali realizzati dagli studenti organizzati in gruppi di lavoro sotto il coordinamento dei docenti. Lo sviluppo di capacità di raccolta, analisi e discussione di dati e risultati ricerca costituisce una finalità specifica del corso al pari dello sviluppo di nuove conoscenze nel merito delle problematiche specifiche del cambiamento organizzativo nella trasformazione digitale.	The course aims to delve into the issues of organizational change in the digital transformation through critical analysis of research materials and original insights generated by students organized into working groups under the coordination of instructors. Developing skills in gathering, analyzing, and discussing data and research findings is a specific objective of the course, alongside the development of new knowledge regarding specific issues of organizational change in the digital transformation.	72	153

1	80426	MANAGEMENT E MARKETING DELL'INNOVAZIONE	MANAGEMENT AND MARKETING OF INNOVATION	6	SECS-P/08	CARATTERIZZANTI	Aziendale	Italiano	<p>L'insegnamento affronta i temi dell'innovazione nell'impresa come fattore chiave per competere sui mercati, approfondendo in particolare le strategie di gestione della tecnologia e l'innovazione technology-based. Il corso persegue due obiettivi formativi: - fornire all'aula conoscenze e strumenti utili per inquadrare il tema della gestione strategica dell'innovazione nell'impresa, nelle sue molteplici dimensioni (innovazione tecnologica, di mercato, organizzativa) - approfondire le problematiche di gestione della tecnologia come fonte di vantaggio competitivo, alla luce delle dinamiche introdotte dalla diffusione del paradigma di open innovation e delle nuove tecnologie disruptive.</p> <p>La struttura del corso rispecchia le fasi fondamentali di un processo di gestione strategica, procedendo dalla valutazione delle dinamiche dell'ambiente tecnologico e di mercato, alla formulazione della strategia ed alla sua implementazione, con l'approfondimento di tecniche di design thinking e di marketing esplorativo per la creazione di proposizioni di valore innovative.</p> <p>Il corso prevede lezioni frontali, seminari di approfondimento e attività di gruppo.</p>	The course aims at offering the basic concepts and methodologies that enables students to interpret the dynamics of innovation as a process, which entails both technological and market drivers.	48	102
---	-------	-----------------------------------------	----------------------------------------	---	-----------	-----------------	-----------	----------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----	-----

1	80427	OPERATIONS MANAGEMENT	OPERATIONS MANAGEMENT	6	SECS-P/08	CARATTERIZZANTI	Aziendali	Italiano	<p>L'insegnamento mira a fornire agli studenti le conoscenze e competenze utili alla comprensione del ruolo dell'Operations Management nella creazione di valore, evidenziandone il fondamentale contributo alla acquisizione di un vantaggio competitivo durevole su scala globale.</p> <p>L'insegnamento affronta l'analisi e implementazione di principi, metodologie e strumenti dell'Operations Management, del Procurement e del Supply Chain Management applicati a molteplici contesti aziendali, da quelli industriali a quelli ad elevato contenuto di servizio</p>	<p>The course aims to provide students with the knowledge and skills to understand the role of Operations Management in the creation of value, highlighting its fundamental contribution to the acquisition of a lasting competitive advantage on a global scale. The course deals with the analysis and implementation of principles, methodologies and tools of Operations Management, Procurement and Supply Chain Management applied to multiple business contexts, from industrial to high service and relational content.</p>	48	102
1	80473	IMPRENDITORIALITÀ, START-UP E BUSINESS PLAN	ENTREPRENEURSHIP, START-UP AND BUSINESS PLAN	3		A SCELTA	A Scelta dello Studente	Italiano	<p>L'attività in oggetto si propone di promuovere la diffusione della cultura di impresa e di trasmettere conoscenze utili in ordine ai fattori che condizionano lo sviluppo dell'imprenditorialità e delle imprese; in questo quadro verranno affrontate le problematiche principali relative all'avvio di un'attività imprenditoriale, sia di tipo industriale, sia di servizi, sia di tipo professionale. Particolare attenzione verrà poi fornita alla definizione del business model ed alla predisposizione del business plan.</p>	<p>The Activity at hand aims at fostering the business culture with specific regard to the new entrepreneurship and the knowledge of the drivers it depends on.</p> <p>The focus is on Start Ups and the main topics about rise and development of new technology based ventures such as startup innovation systems, rules and public policies, funding systems will be addressed.</p> <p>Specific attention will be devoted to the Business Model analysis as well as to the Business Plan arrangement.</p>	24	51



1	80473	IMPRENDITORIALITÀ, START-UP E BUSINESS PLAN	ENTREPRENEURSHIP, START-UP AND BUSINESS PLAN	3		ALTRE ATTIVITÀ	Altre Conoscenze Utili per l'Inserimento Nel Mondo del Lavoro	Italiano	L'attività in oggetto si propone di promuovere la diffusione della cultura di impresa e di trasmettere conoscenze utili in ordine ai fattori che condizionano lo sviluppo dell'imprenditorialità e delle imprese; in questo quadro verranno affrontate le problematiche principali relative all'avvio di un'attività imprenditoriale, sia di tipo industriale, sia di servizi, sia di tipo professionale. Particolare attenzione verrà poi fornita alla definizione del business model ed alla predisposizione del business plan.	The Activity at hand aims at fostering the business culture with specific regard to the new entrepreneurship and the knowledge of the drivers it depends on. The focus is on Start Ups and the main topics about rise and development of new technology based ventures such as startup innovation systems, rules and public policies, funding systems will be addressed. Specific attention will be devoted to the Business Model analysis as well as to the Business Plan arrangement.	24	51
1	87046	BRAND MANAGEMENT IN THE DIGITAL LANDSCAPE	BRAND MANAGEMENT IN THE DIGITAL LANDSCAPE	3		ALTRE ATTIVITÀ	Altre Conoscenze Utili per l'Inserimento Nel Mondo del Lavoro	Inglese	L'insegnamento si propone di introdurre gli studenti ai meccanismi della comunicazione con riguardo alla prospettiva delle aziende che comunicano, e dei riceventi del messaggio nell'ambito della comunicazione online. Inoltre il corso si propone di stendere un panorama completo dei diversi strumenti di marketing e comunicazione digital attualmente a disposizione e del loro utilizzo teorico e pratico rispetto ai diversi obiettivi di marketing e comunicazione che la marca si pone. Parte integrante del corso è anche un'attività di Workshop dove gli studenti mettono in pratica quanto appreso attraverso l'apertura di canali di comunicazione social orientati alla generazione di contenuto e misurazione dei risultati ottenuti, al termine del quale gli studenti sono invitati a presentare i propri risultati alla classe.	The course objective is to introduce students to the mechanisms of communication from the perspective of the brands that communicate, and the recipients of the message, all in the context of online communication. In addition, the course aims to provide a complete overview of the several digital marketing and communication tools currently available, their theoretical and practical use with respect to the various marketing and communication objectives that the brand has set itself. Central part of the course is also a Workshop activity where students put into practice what they have learned through the opening of social communication channels aimed at generating content and measuring the results obtained, after which the	24	51

										students are invited to present own results to the class.		
1	87046	BRAND MANAGEMENT IN THE DIGITAL LANDSCAPE	BRAND MANAGEMENT IN THE DIGITAL LANDSCAPE	3		A SCELTA	A Scelta dello Studente	Inglese	<p>L'insegnamento si propone di introdurre gli studenti ai meccanismi della comunicazione con riguardo alla prospettiva delle aziende che comunicano, e dei riceventi del messaggio nell'ambito della comunicazione online.</p> <p>Inoltre il corso si propone di stendere un panorama completo dei diversi strumenti di marketing e comunicazione digital attualmente a disposizione e del loro utilizzo teorico e pratico rispetto ai diversi obiettivi di marketing e comunicazione che la marca si pone.</p> <p>Parte integrante del corso è anche un'attività di Workshop dove gli studenti mettono in pratica quanto appreso attraverso l'apertura di canali di comunicazione social orientati alla generazione di contenuto e misurazione dei risultati ottenuti, al termine del quale gli studenti sono invitati a presentare i propri risultati alla classe.</p>	<p>The course objective is to introduce students to the mechanisms of communication from the perspective of the brands that communicate, and the recipients of the message, all in the context of online communication.</p> <p>In addition, the course aims to provide a complete overview of the several digital marketing and communication tools currently available, their theoretical and practical use with respect to the various marketing and communication objectives that the brand has set itself. Central part of the course is also a Workshop activity where students put into practice what they have learned through the opening of social communication channels aimed at generating content and measuring the results obtained, after which the students are invited to present own results to the class.</p>	24	51

1	94954	PROJECT MANAGE MENT	PROJECT MANAGEMENT	3	ALTRE ATTIVITA '	Altre Conosce nze Utili per l'Inserim ento Nel Mondo del Lavoro	Italiano	<p>Obiettivo dell'insegnamento è fornire il lessico di base, i metodi e gli strumenti per la gestione dei progetti, secondo un modello che si ispira ad un insieme di buone pratiche riconosciute a livello internazionale. Il corso affronta gli approcci predittivo e agile, trattando i gruppi di processi apertura, pianificazione, esecuzione, monitoraggio e chiusura, e le aree di conoscenza integrazione, contenuto, tempo, costo, qualità, risorse, comunicazione, rischi, stakeholder. I contenuti sono allineati al PMBOK, Project Management Body of Knowledge edizioni 6 e 7 e il corso (solo se seguito integralmente) fornisce le ore necessarie per partecipare all'esame CAPM® del PMI - Project Management Institute</p>	<p>The goal of the course is to provide a common lexicon, methods and tools for an effective project management, integrating a set of best practices recognized at an international level. Predictive and agile approaches are explored, analyzing all the project management process groups initiating, planning, execution, monitoring and control, closing, as well as the knowledge areas integration, scope, time, cost, quality, resource, communication, risks, stakeholders. The contents are aligned with PMBOK, Project Management Body of Knowledge, 6th and 7th edition, and the course (only if fully attended) provide the necessary contact hours to apply for CAPM® certification examination by PMI - Project Management Institute</p>	24	51
---	-------	---------------------------	-----------------------	---	------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------	----------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----	----

1	94954	PROJECT MANAGE MENT	PROJECT MANAGEMENT	3		A SCELTA	A Scelta dello Studente	Italiano	Obiettivo dell'insegnamento è fornire il lessico di base, i metodi e gli strumenti per la gestione dei progetti, secondo un modello che si ispira ad un insieme di buone pratiche riconosciute a livello internazionale. Il corso affronta gli approcci predittivo e agile, trattando i gruppi di processi apertura, pianificazione, esecuzione, monitoraggio e chiusura, e le aree di conoscenza integrazione, contenuto, tempo, costo, qualità, risorse, comunicazione, rischi, stakeholder. I contenuti sono allineati al PMBOK, Project Management Body of Knowledge edizioni 6 e 7 e il corso (solo se seguito integralmente) fornisce le ore necessarie per partecipare all'esame CAPM® del PMI - Project Management Institute	The goal of the course is to provide a common lexicon, methods and tools for an effective project management, integrating a set of best practices recognized at an international level. Predictive and agile approaches are explored, analyzing all the project management process groups initiating, planning, execution, monitoring and control, closing, as well as the knowledge areas integration, scope, time, cost, quality, resource, communication, risks, stakeholders. The contents are aligned with PMBOK, Project Management Body of Knowledge, 6th and 7th edition, and the course (only if fully attended) provide the necessary contact hours to apply for CAPM® certification examination by PMI - Project Management Institute	24	51
1	109153	MANAGEMENT STRATEGIC O E CORPORATE GOVERNANCE	STRATEGIC MANAGEMENT & CORPORATE GOVERNANCE	1 5	SECS- P/08	CARATTERIZZANTI	Aziendale				0	0

1	60902	MANAGEMENT STRATEGICO E DECISION MAKING MOD. 1	STRATEGIC MANAGEMENT AND DECISION MAKING	9	SECS-P/08	CARATTERIZZANTI	Aziendale	Italiano	L'insegnamento è focalizzato sul management strategico e sulle fasi decisive del decision making. Si propone di approfondire i contenuti delle strategie di sviluppo e di sopravvivenza dell'impresa e le problematiche centrali della formulazione della strategia d'impresa. Particolare attenzione sarà dedicata alle modalità di attuazione delle strategie e alla valutazione ex ante ed ex post delle strategie, a partire dalla comprensione delle relazioni intercorrenti tra creazione del valore e strategia d'impresa.	The course is focused on strategic management and the decision-making process. It aims to deepen the contents of business and corporate strategies. It analyzes the formulation, implementation, ex-ante, and ex-post evaluation of the strategy	72	153
1	109154	CORPORATE GOVERNANCE E MODELLI DI SVILUPPO MOD. 2	CORPORATE GOVERNANCE AND GROWTH MODELS MOD. 2	6	SECS-P/08	CARATTERIZZANTI	Aziendale	Italiano	L'insegnamento intende fornire allo studente un quadro conoscitivo sul tema del governo dell'impresa, inteso in una duplice accezione. A livello allargato, verranno sviluppate le competenze sui diversi modelli di corporate governance; a livello ristretto, il focus verterà su: chi governa, come e perché; i rapporti tra proprietà e controllo; le diverse tipologie di proprietà azionaria e management; governo e organi sociali; i conflitti di interesse. Particolare attenzione verrà infine posta all'analisi dei rapporti che intercorrono tra corporate governance, mercati finanziari e competitività delle imprese.	The course aims at providing the students knowledge on the principles of corporate governance. In a broad sense, the focus will be the different corporate governance models around the world; in a narrow sense, the focus will be the relationships between ownership and control. Particularly, the relations among corporate governance, financial markets and competitive advantage will be analysed.	48	102
1	114462	LABORATORIO DI ANALISI DEI DATI	DATA ANALYSIS LABORATORY	3	SECS-S/01	ALTRE ATTIVITÀ	Altre Conoscenze Utili per l'Inserimento Nel Mondo del Lavoro	Italiano	L'insegnamento introduce gli studenti all'utilizzo di R per la gestione e l'analisi dei dati. Al termine gli studenti saranno in grado di importare i dati in R, di predisporli per la successiva analisi, di costruire grafici e di analizzarli mediante le principali tecniche di statistica descrittiva	The course will help students to gain a basic understanding of R language usage. At the end of the course the students will be able to import data in R, to prepare and to analyze them using the main exploratory tools.	24	51

2	57451	TIROCINIO	TRAINEESHIP	6		A SCELTA	A Scelta dello Studente		I tirocini di formazione ed orientamento sono i percorsi di apprendimento pratico-applicativo svolti, presso imprese o enti convenzionati con il Dipartimento o con l'Ateneo, durante il periodo di iscrizione ad uno dei corsi attivati dal Dipartimento di Economia (corsi di Laurea di primo livello o corsi di Laurea Magistrale). Il progetto formativo dei tirocini ha finalità pratico-applicative che integrano le conoscenze teoriche già acquisite o in corso di acquisizione nel percorso formativo universitario.	The training and orientation internships are the practical and applicative learning paths carried out, in companies or organizations affiliated with the Department or with the University, during the period of enrollment in one of the courses activated by the Department of Economics (Degree courses of first level or Master's Degree courses)	150	0
2	59783	DIRITTO DELLE CRISI D'IMPRESA	BUSINESS CRISIS LAW	6	IUS/04	CARATTE RIZZANTI	Giuridico	Italiano	L'insegnamento si propone: - in prospettiva istituzionale, di fornire le nozioni fondamentali relative alle procedure proprie delle imprese in crisi; - in prospettiva metodologica e formativa di fornire un approccio alla ricerca, alla lettura e all'analisi della giurisprudenza; - in prospettiva applicativa, di fornire alcune testimonianze qualificate per la soluzione di problemi specifici ad una procedura.	The course aims at clearing up notions about bankruptcy law with particular attention to new insolvency procedures. The course includes an illustration of practical cases aimed at providing students with a practical background.	48	102
2	60072	PROVA FINALE LM	FINAL EXAM	1 2		PROVA FINALE	Per la Prova Finale	Italiano	La prova finale consiste nella discussione pubblica della tesi, dinanzi ad apposita Commissione, guidata dal relatore con la partecipazione di un correlatore appartenente all'area scientifica dell'insegnamento nel cui ambito è stata svolta la tesi. La tesi si qualifica per metodo di ricerca, adeguata conoscenza e utilizzazione di una bibliografia e/o di una ricerca giurisprudenziale completa ed aggiornata, padronanza della materia ed impegno critico.	The final exam consists in the public discussion of the thesis, before a special Commission, guided by the supervisor with the participation of a co-rapporteur belonging to the scientific area of teaching in which the thesis was carried out. The thesis qualifies for research method, adequate knowledge and use of a bibliography and / or a complete and updated jurisprudential research, mastery of the subject and critical engagement.	0	300

2	60077	RICERCA OPERATIVA PER IL MANAGEMENT	OPERATIONS RESEARCH FOR MANAGEMENT	9	MAT/09	CARATTERIZZANTI	Statistico - Matematico	Italiano	L'insegnamento intende fornire gli strumenti per poter affrontare consapevolmente problemi di pianificazione strategica, tattica e operativa nell'ambito della Supply Chain Management; fornirà tecniche proprie del management science (programmazione matematica, analisi di scenario) ed alcuni strumenti del project management utili alla gestione e monitoraggio di costi e tempi. I metodi proposti saranno applicati per l'analisi di casi aziendali tramite l'utilizzo del foglio elettronico (Excel) come strumento per il problem solving, e di software di ottimizzazione.	The course aims to provide tools for addressing strategic, tactical, and operational decisions in Supply Chain Management. It will offer management techniques such as mathematical programming and scenario analysis, along with project management tools useful for managing and monitoring costs and timelines. The consolidation of the proposed methodologies will be supported by the development of case studies, with models implemented and solved using Excel spreadsheets and optimization software.	72	153
2	80469	RISORSE UMANE E COMPORTAMENTO ORGANIZZATIVO	HUMAN RESOURCES AND ORGANIZATIONAL BEHAVIOR	9	SECS-P/10	CARATTERIZZANTI	Aziendale	Italiano	l'insegnamento intende esaminare le principali problematiche connesse alla gestione delle persone negli assetti organizzativi, evidenziando come la centralità delle risorse umane non possa che tradursi in scelte gestionali conseguenti. Vengono quindi presentate: le fasi in cui si articola la gestione ed i relativi strumenti, l'allocazione dei compiti gestionali tra linee e funzione Hr; si passa quindi ad introdurre le tematiche del comportamento organizzativo.	The course aims at introducing to the principal questions about human resource management, with attention to processes, tools and responsibilities, and to the main topic in the field of the organizational behaviour.	72	153

2	80473	IMPRENDITORIALITÀ, START-UP E BUSINESS PLAN	ENTREPRENEURSHIP, START-UP AND BUSINESS PLAN	3		A SCELTA	A Scelta dello Studente	Italiano	L'attività in oggetto si propone di promuovere la diffusione della cultura di impresa e di trasmettere conoscenze utili in ordine ai fattori che condizionano lo sviluppo dell'imprenditorialità e delle imprese; in questo quadro verranno affrontate le problematiche principali relative all'avvio di un'attività imprenditoriale, sia di tipo industriale, sia di servizi, sia di tipo professionale. Particolare attenzione verrà poi fornita alla definizione del business model ed alla predisposizione del business plan.	The Activity at hand aims at fostering the business culture with specific regard to the new entrepreneurship and the knowledge of the drivers it depends on. The focus is on Start Ups and the main topics about rise and development of new technology based ventures such as startup innovation systems, rules and public policies, funding systems will be addressed. Specific attention will be devoted to the Business Model analysis as well as to the Business Plan arrangement.	24	51
2	80473	IMPRENDITORIALITÀ, START-UP E BUSINESS PLAN	ENTREPRENEURSHIP, START-UP AND BUSINESS PLAN	3		ALTRE ATTIVITÀ	Altre Conoscenze Utili per l'Inserimento Nel Mondo del Lavoro	Italiano	L'attività in oggetto si propone di promuovere la diffusione della cultura di impresa e di trasmettere conoscenze utili in ordine ai fattori che condizionano lo sviluppo dell'imprenditorialità e delle imprese; in questo quadro verranno affrontate le problematiche principali relative all'avvio di un'attività imprenditoriale, sia di tipo industriale, sia di servizi, sia di tipo professionale. Particolare attenzione verrà poi fornita alla definizione del business model ed alla predisposizione del business plan.	The Activity at hand aims at fostering the business culture with specific regard to the new entrepreneurship and the knowledge of the drivers it depends on. The focus is on Start Ups and the main topics about rise and development of new technology based ventures such as startup innovation systems, rules and public policies, funding systems will be addressed. Specific attention will be devoted to the Business Model analysis as well as to the Business Plan arrangement.	24	51
2	87046	BRAND MANAGEMENT IN THE DIGITAL LANDSCAPE	BRAND MANAGEMENT IN THE DIGITAL LANDSCAPE	3		A SCELTA	A Scelta dello Studente	Inglese	L'insegnamento si propone di introdurre gli studenti ai meccanismi della comunicazione con riguardo alla prospettiva delle aziende che comunicano, e dei riceventi del messaggio nell'ambito della comunicazione online. Inoltre il corso si propone di stendere un	The course objective is to introduce students to the mechanisms of communication from the perspective of the brands that communicate, and the recipients of the message, all in the context of online communication.	24	51



									panorama completo dei diversi strumenti di marketing e comunicazione digital attualmente a disposizione e del loro utilizzo teorico e pratico rispetto ai diversi obiettivi di marketing e comunicazione che la marca si pone. Parte integrante del corso è anche un'attività di Workshop dove gli studenti mettono in pratica quanto appreso attraverso l'apertura di canali di comunicazione social orientati alla generazione di contenuto e misurazione dei risultati ottenuti, al termine del quale gli studenti sono invitati a presentare i propri risultati alla classe.	In addition, the course aims to provide a complete overview of the several digital marketing and communication tools currently available, their theoretical and practical use with respect to the various marketing and communication objectives that the brand has set itself. Central part of the course is also a Workshop activity where students put into practice what they have learned through the opening of social communication channels aimed at generating content and measuring the results obtained, after which the students are invited to present own results to the class.		
2	87046	BRAND MANAGEMENT IN THE DIGITAL LANDSCAPE	BRAND MANAGEMENT IN THE DIGITAL LANDSCAPE	3	ALTRE ATTIVITA'	Altre Conoscenze Utili per l'Inserimento Nel Mondo del Lavoro	Inglese	L'insegnamento si propone di introdurre gli studenti ai meccanismi della comunicazione con riguardo alla prospettiva delle aziende che comunicano, e dei riceventi del messaggio nell'ambito della comunicazione online. Inoltre il corso si propone di stendere un panorama completo dei diversi strumenti di marketing e comunicazione digital attualmente a disposizione e del loro utilizzo teorico e pratico rispetto ai diversi obiettivi di marketing e comunicazione che la marca si pone. Parte integrante del corso è anche un'attività di Workshop dove gli studenti mettono in pratica quanto appreso attraverso l'apertura di canali di comunicazione social orientati alla generazione di contenuto e misurazione dei risultati ottenuti, al termine del quale gli studenti sono invitati a presentare i propri risultati alla classe.	The course objective is to introduce students to the mechanisms of communication from the perspective of the brands that communicate, and the recipients of the message, all in the context of online communication. In addition, the course aims to provide a complete overview of the several digital marketing and communication tools currently available, their theoretical and practical use with respect to the various marketing and communication objectives that the brand has set itself. Central part of the course is also a Workshop activity where students put into practice what they have learned through the opening of social communication channels aimed at generating	24	51	

										content and measuring the results obtained, after which the students are invited to present own results to the class.		
2	94954	PROJECT MANAGEMENT	PROJECT MANAGEMENT	3		ALTRE ATTIVITA'	Altre Conoscenze Utili per l'Inserimento Nel Mondo del Lavoro	Italiano	Obiettivo dell'insegnamento è fornire il lessico di base, i metodi e gli strumenti per la gestione dei progetti, secondo un modello che si ispira ad un insieme di buone pratiche riconosciute a livello internazionale. Il corso affronta gli approcci predittivo e agile, trattando i gruppi di processi apertura, pianificazione, esecuzione, monitoraggio e chiusura, e le aree di conoscenza integrazione, contenuto, tempo, costo, qualità, risorse, comunicazione, rischi, stakeholder. I contenuti sono allineati al PMBOK, Project Management Body of Knowledge edizioni 6 e 7 e il corso (solo se seguito integralmente) fornisce le ore necessarie per partecipare all'esame CAPM® del PMI - Project Management Institute	The goal of the course is to provide a common lexicon, methods and tools for an effective project management, integrating a set of best practices recognized at an international level. Predictive and agile approaches are explored, analyzing all the project management process groups initiating, planning, execution, monitoring and control, closing, as well as the knowledge areas integration, scope, time, cost, quality, resource, communication, risks, stakeholders. The contents are aligned with PMBOK, Project Management Body of Knowledge, 6th and 7th edition, and the course (only if fully attended)	24	51

										provide the necessary contact hours to apply for CAPM® certification examination by PMI - Project Management Institute		
2	94954	PROJECT MANAGEMENT	PROJECT MANAGEMENT	3		A SCELTA	A Scelta dello Studente	Italiano	Obiettivo dell'insegnamento è fornire il lessico di base, i metodi e gli strumenti per la gestione dei progetti, secondo un modello che si ispira ad un insieme di buone pratiche riconosciute a livello internazionale. Il corso affronta gli approcci predittivo e agile, trattando i gruppi di processi apertura, pianificazione, esecuzione, monitoraggio e chiusura, e le aree di conoscenza integrazione, contenuto, tempo, costo, qualità, risorse, comunicazione, rischi, stakeholder. I contenuti sono allineati al PMBOK, Project Management Body of Knowledge edizioni 6 e 7 e il corso (solo se seguito integralmente) fornisce le ore necessarie per partecipare all'esame CAPM® del PMI - Project Management Institute	The goal of the course is to provide a common lexicon, methods and tools for an effective project management, integrating a set of best practices recognized at an international level. Predictive and agile approaches are explored, analyzing all the project management process groups initiating, planning, execution, monitoring and control, closing, as well as the knowledge areas integration, scope, time, cost, quality, resource, communication, risks, stakeholders. The contents are aligned with PMBOK, Project Management Body of Knowledge, 6th and 7th edition, and the course (only if fully attended) provide the necessary contact hours to apply for CAPM®	24	51

										certification examination by PMI - Project Management Institute		
2	95137	STATISTICA PER IL MARKETING E IL MANAGEMENT	STATISTICS FOR MARKETING AND MANAGEMENT	9	SECS-S/03	CARATTERIZZANTI	Statistico - Matematico	Italiano	L'insegnamento introduce gli studenti alle principali tecniche di campionamento statistico, ai metodi per la costruzione di questionari e agli strumenti più utilizzati per l'analisi di mercato. Al termine, lo studente è in grado di utilizzare le principali tecniche di rilevazione dei dati e costruire campioni probabilistici; analizzare i comportamenti di acquisto e segmentare il mercato. Verrà dato ampio spazio all'utilizzo di software statistici per l'applicazione delle metodologie presentate.	The course aims to provide students with the main statistical tools for marketing research. The main topics are primary data collection (survey methodologies, questionnaire), sampling, correlation and regression, factor analysis and principal component analysis, segmentation techniques. Part of the course will be dedicated to the use of statistical software	72	153
2	95174	ISSUES IN ECONOMIC POLICY	ISSUES IN ECONOMIC POLICY	6	SECS-P/02	CARATTERIZZANTI	Economico	Italiano	L'insegnamento tratta temi di Politica economica associati all'invecchiamento della popolazione, alla digitalizzazione dell'economia e alle politiche per l'innovazione	The course mainly deals with economic policy issues associated with ageing innovation policy, monetary policy and behavioural policy	48	102

2	95178	MARKET STRUCTURE AND COMPETITION POLICY	MARKET STRUCTURE AND COMPETITION POLICY	6	SECS-P/02	CARATTERIZZANTI	Economico	Inglese	The course's objective is twofold. First, making use of basic game theory tools, we aim to provide a detailed introduction to the main theoretical models that constitute the modern approach to industrial organization. These models will then be used in order to introduce students to the main issues of modern competition policy. Second, the course aims to provide students with some theoretical and empirical tools that can be used to study the current weaknesses of the Italian economy.	The course's objective is twofold. First, making use of basic game theory tools, we aim to provide a detailed introduction to the main theoretical models that constitute the modern approach to industrial organization. These models will then be used in order to introduce students to the main issues of modern competition policy. Second, the course aims to provide students with some theoretical and empirical tools that can be used to study the current weaknesses of the Italian economy.	48	102
2	109029	INTELLECTUAL PROPERTY AND ALGORITHMIC INNOVATION	INTELLECTUAL PROPERTY AND ALGORITHMIC INNOVATION	6	IUS/04	CARATTERIZZANTI	Giuridico	Inglese	L'obiettivo del corso è (i) fornire la conoscenza degli strumenti di tutela e gestione delle risorse immateriali quali il segreto industriale, il diritto d'autore, il brevetto per invenzione, le banche dati, la disciplina dei dati personali; (ii) formare lo studente all'utilizzo di tali strumenti (e dei rispettivi assetti contrattuali) nell'ambito delle strategie d'impresa; (iii) contestualizzare tali conoscenze nella prospettiva dell'economia dei dati e dell'innovazione algoritmica	The course will analyze the different legal instruments that are meant protect and manage immaterial resources: i.e. trade secrets, patents, copyright, database, and personal data law. Such legal tools, and their contractual settings, will be applied to draw business strategies in the fields of data and algorithmic applications	48	102
2	109175	MANAGEMENT INTERNAZIONALE E COMPETENZE LINGUISTICHE	INTERNATIONAL MANAGEMENT AND LANGUAGE SKILLS	15		AFFINIO INTEGRATIVE	Attività Formative e Affinative Integrative				0	0

2	72238	MANAGEMENT INTERNAZIONALE INTERCULTURALE (MOD. 1)	INTERCULTURAL INTERNATIONAL MANAGEMENT	9	SECS-P/08	AFFINIO INTEGRATIVE	Attività Formative e Affini o Integrative	Italiano	L'insegnamento si propone di fornire strumenti conoscitivi e di interpretazione dei processi di globalizzazione e delle problematiche più avanzate di gestione delle imprese internazionali. Vengono studiate, attraverso lo studio di casi e testimonianze in aula, le modalità strategiche e gestionali a disposizione delle imprese per affrontare da protagoniste i cambiamenti legati ai processi di globalizzazione dei mercati. In particolare, vengono approfondite le tematiche dell'organizzazione e management interculturale, della negoziazione interculturale, della contrattualistica internazionale, delle modalità di gestione della presenza dell'impresa nei paesi esteri.	The course aims to introduce students to international business and management. Major topics of the course are the global manager's environment, global strategies, multicultural management, cross-cultural negotiation and decision making.	72	153
2	109158	MOD. 2 LINGUA INGLESE B2 MANAGEMENT	MOD. 2 ENGLISH LANGUAGE B2 FOR MANAGEMENT	6	L-LIN/12	AFFINIO INTEGRATIVE	Attività Formative e Affini o Integrative	Inglese	L'obiettivo principale del corso è quello di sensibilizzare gli studenti sull'importanza di accrescere le loro capacità comunicative in inglese (Livello B2), non solo utilizzando contenuti specifici del settore, ma soprattutto sfruttando le conoscenze e le competenze acquisite durante il corso di laurea. Il corso mira ad aumentare la competenza comunicativa e le conoscenze degli studenti in queste aree tematiche specifiche: Inglese globale e comprensione della diversità delle culture aziendali; espansione nei mercati esteri e sviluppo di partnership; negoziazione di accordi; processo di esportazione: incoterms, contratto di vendita, contratto di trasporto, regolamenti doganali.	The course's principal objective is to raise students' awareness of the importance of increasing their communication skills in English (B2 level) by not only using sector-specific content but crucially by exploiting the knowledge and competences acquired during their degree courses. The course aims to increase students' communicative competence and knowledge in these specific topic areas: Global English and understanding diversity in business cultures; expanding into foreign markets and developing partnerships; negotiating deals; the export process: incoterms, contract of sale, contract of transport, customs regulations.	48	102

2	114462	LABORATORIO DI ANALISI DEI DATI	DATA ANALYSIS LABORATORY	3	SECS-S/01	ALTRE ATTIVITA'	Altre Conoscenze Utili per l'Inserimento Nel Mondo del Lavoro	Italiano	L'insegnamento introduce gli studenti all'utilizzo di R per la gestione e l'analisi dei dati. Al termine gli studenti saranno in grado di importare i dati in R, di predisporli per la successiva analisi, di costruire grafici e di analizzarli mediante le principali tecniche di statistica descrittiva	The course will help students to gain a basic understanding of R language usage. At the end of the course the students will be able to import data in R, to prepare and to analyze them using the main exploratory tools.	24	51
2	115280	CONTRATTUALISTICA INTERNAZIONALE E OPERAZIONI STRAORDINARIE CROSSBORDER	INTERNATIONAL AGREEMENTS AND CROSSBORDER M&A TRANSACTIONS	3		A SCELTA	A Scelta dello Studente	Italiano	L'insegnamento persegue l'obiettivo di dotare gli studenti di nozioni di base in relazione alla contrattualistica commerciale internazionale e alle operazioni di merger & acquisition transfrontaliere, al fine di permettere un approccio più pronto ai processi di negoziazione tra realtà di diverse nazionalità. In particolare, si esamineranno (i) i principali problemi giuridici inerenti tali accordi ed (ii) esempi concreti in merito alle strutture più diffuse nella prassi di contratti ed operazioni straordinarie internazionali; si svolgeranno inoltre esercitazioni pratiche e simulazioni a cui lo studente sarà chiamato a partecipare.	Attendants will acquire basic knowledge concerning international agreements and cross-border merger and acquisition transactions. Students will improve their negotiation skills by focusing on transactions among entities of different nationalities. The course contents include an analysis of the main legal aspects and a case study concerning the most common structures of international agreements and M&A transactions; students will participate in practical exercises and simulations.	24	51
2	115280	CONTRATTUALISTICA INTERNAZIONALE E OPERAZIONI STRAORDINARIE CROSSBORDER	INTERNATIONAL AGREEMENTS AND CROSSBORDER M&A TRANSACTIONS	3		ALTRE ATTIVITA'	Altre Conoscenze Utili per l'Inserimento Nel Mondo del Lavoro	Italiano	L'insegnamento persegue l'obiettivo di dotare gli studenti di nozioni di base in relazione alla contrattualistica commerciale internazionale e alle operazioni di merger & acquisition transfrontaliere, al fine di permettere un approccio più pronto ai processi di negoziazione tra realtà di diverse nazionalità. In particolare, si esamineranno (i) i principali problemi giuridici inerenti tali accordi ed (ii) esempi concreti in merito alle strutture più diffuse nella prassi di contratti ed operazioni straordinarie internazionali; si svolgeranno inoltre esercitazioni	Attendants will acquire basic knowledge concerning international agreements and cross-border merger and acquisition transactions. Students will improve their negotiation skills by focusing on transactions among entities of different nationalities. The course contents include an analysis of the main legal aspects and a case study concerning the most common structures of international agreements and M&A transactions; students will	24	51

									pratiche e simulazioni a cui lo studente sarà chiamato a partecipare.	participate in practical exercises and simulations.		
--	--	--	--	--	--	--	--	--	-----------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------	--	--