



# Regolamento didattico del Corso di Laurea in Marketing e Management Internazionale

Approvato nella seduta del CDS del 04/06/2025



### **Art. 1**

#### **Denominazione del Corso di Laurea**

1. È istituito, presso l'Università degli Studi di Napoli "Parthenope" (d'ora in poi Ateneo), il Corso di Laurea in **Marketing e Management Internazionale** (d'ora in poi Corso di Laurea), appartenente alla Classe LM-77 delle lauree in Scienze Economiche.

### **Art. 2**

#### **Disciplina e Strutture di riferimento del Corso di laurea**

1. Il presente Regolamento disciplina l'organizzazione didattica del Corso di Laurea, in ossequio e ad integrazione di quanto previsto dal Regolamento didattico di Ateneo – parte generale.
2. Il Corso di Laurea afferisce al Dipartimento di Studi Aziendali e Quantitativi ed è compreso nell'area di competenza della Scuola interdipartimentale di Economia e Giurisprudenza (SIEGI - d'ora in poi Scuola).
3. L'organo collegiale di gestione del Corso di laurea è il Consiglio di Corso di Studi di Marketing e Management Internazionale (Consiglio di CdS).
4. Le competenze di dette strutture, in merito all'organizzazione del Corso di Laurea, sono stabilite dallo Statuto, dal Regolamento didattico di Ateneo – parte generale e dal Regolamento di funzionamento della Scuola.
5. La Scuola è sede amministrativa del Corso di Laurea al fine del rilascio del titolo.

### **Art. 3**

#### **Conoscenze richieste per l'accesso**

1. Il Corso di Laurea è ad accesso non programmato.
2. Secondo il dettato del D.M. 270/04 i requisiti necessari all'accesso alle Lauree Magistrali sono di due tipi: **requisiti curriculari** e **adeguatezza delle conoscenze** richieste in ingresso.
3. Per l'ammissione al Corso di Laurea Magistrale in Marketing e Management Internazionale è richiesto il possesso della Laurea in una delle classi L-18 (Scienze dell'Economia e della Gestione Aziendale) o in una delle corrispondenti classi ex D.M. 509/99 o altro titolo equipollente conseguito in Italia o all'estero (**requisiti curriculari**). Possono accedere al Corso anche i laureati in possesso di una laurea di durata triennale di classe diversa, di un diploma universitario, di una laurea magistrale a ciclo unico ovvero di altro titolo di studio conseguito in Italia o all'estero, riconosciuto idoneo. In questo caso, è richiesto il possesso di un livello adeguato di conoscenze di base in ambito aziendale, economico, giuridico e quantitativo.
4. Nel caso di laurea in classi diverse dalla L-18, è necessario, oltre ad un'adeguata conoscenza della lingua inglese, aver conseguito un numero minimo di Crediti Formativi Universitari in determinati Settori Scientifico-Disciplinari pari a:
  1. 33 CFU area aziendale (insieme dei settori S.S.D. da ECON-06 a ECON-10- da ex SECS-P/07 a SECS-P/11 e SECSP/13);



2. .15 CFU area economica (insieme dei settori S.S.D. da ECON-01 a ECON-04 e STEC-01/B- da ex SECS-P/01 a SECS-P/06 e SECS-P/12);
3. 18 CFU area giuridica (insieme dei settori S.S.D. da GIUR-01 a GIUR-17-da ex IUS-01 a IUS-21);
4. 12 CFU area statistico-matematica (insieme dei settori S.S.D. da STAT-01 a STAT-04 e da MATH-01 a MATH-06 - da ex SECS-S/01 a SECS-S/06 e da MAT/01 a MAT/09).

In accordo alla normativa, eventuali integrazioni curriculari in termini di CFU dovranno essere acquisite, con esami singoli nelle aree deficitarie, prima della verifica della adeguatezza della preparazione individuale.

5. I requisiti curriculari sono verificati tramite l'analisi della documentazione della carriera universitaria pregressa presentata dallo studente all'atto della richiesta di immatricolazione. Per i titoli non rilasciati in Italia, i requisiti sono verificati attraverso la valutazione in termini di durata, crediti acquisiti, contenuto disciplinare degli insegnamenti. Il titolo di studio rilasciato all'estero deve, in ogni caso, permettere l'iscrizione a corsi di secondo ciclo nel Paese di riferimento dell'ordinamento in cui è stato rilasciato.
6. Per i candidati che intendono immatricolarsi al curriculum *Innovation*, è richiesta un'adeguata preparazione iniziale che include la capacità di comunicare efficacemente, in forma scritta e orale in lingua inglese, e di comprendere e interpretare testi in lingua inglese, sia in forma scritta che orale. Si richiede quindi agli studenti di avere un livello di conoscenza della lingua inglese pari a B2, secondo il Common European Framework of Reference for Languages (CEFR) o uno standard equivalente. Al fine di verificare tali capacità, nella prima settimana di corso gli studenti che non hanno una certificazione riconosciuta di equivalente livello sosterranno un test in lingua inglese e in caso di uno score inferiore al 60% saranno previste specifiche attività di recupero.
7. Coloro che sono in possesso dei requisiti curriculari possono accedere al corso secondo le seguenti modalità, pubblicizzate nel bando, nel Manifesto degli Studi e sul sito web della Scuola:
  1. i laureati triennali che rispettano i requisiti curriculari e hanno un voto di laurea superiore a 94 possono procedere con l'immatricolazione.
  2. Per i laureati triennali che rispettano i requisiti curriculari, ma hanno un voto di laurea inferiore o uguale a 94 e per i candidati che hanno conseguito un titolo di I livello all'estero, una Commissione è incaricata di valutare le conoscenze di base negli ambiti disciplinari del CDS e le competenze in termini di ragionamento critico e logica. La Commissione periodicamente provvederà a valutare l'adeguatezza della loro preparazione attraverso un colloquio. La data e le modalità del colloquio sono pubblicate periodicamente sul sito della Scuola. La Commissione, ove ne rilevi la necessità, può:
    - a. assegnare allo studente un tutor, che di concerto con il Gruppo AQ del CDS lo guidi durante il primo anno del corso con azioni individuali mirate al suo proficuo inserimento nella Laurea Magistrale;
    - b. suggerire la fruizione, tramite la piattaforma eLearning di Ateneo, di materiale didattico di supporto su tematiche di base dei 4 ambito disciplinari del CDS propedeutiche agli insegnamenti previsti nel piano di studi;

Le lacune si riterranno superate se, al termine della sessione estiva, gli studenti suddetti avranno sostenuto almeno due degli insegnamenti previsti nel piano di studi. In caso



negativo, gli studenti saranno convocati per individuare azioni di supporto mirate al miglioramento della preparazione.

#### **Articolo 4** **Struttura del Corso**

1. La durata legale del Corso di laurea è di due anni.
2. Per il conseguimento del titolo lo studente deve acquisire 120 CFU, riconducibili alle seguenti tipologie di Attività Formative (TAF): caratterizzanti, affini, a scelta dello studente, prova finale, stage o tirocinio e altre attività.
3. Il Corso di laurea si articola in 12 esami, verifiche per le abilità linguistiche, uno stage o un'attività sostitutiva e la prova finale (elaborato scritto dal contenuto originale).
4. L'articolazione del percorso formativo (Piano degli Studi) è indicata nella Banca-dati dell'offerta formativa (SUA-CdS), relativa alla coorte di studenti che si immatricola nell'anno accademico di riferimento, nel Manifesto degli studi, e viene pubblicata prima dell'inizio di ogni anno accademico sul sito di Ateneo, sezione Didattica e sul sito della Scuola. Il corso prevede quattro curriculum: un curriculum in Management Internazionale, un curriculum in Marketing, un curriculum in Innovation Management e un curriculum in Entrepreneurship, gli ultimi due erogati interamente in lingua inglese. L'articolazione dei curriculum è resa pubblica nel sito Orientamento dell'Ateneo, nella scheda SUA, sul sito della Scuola Interdipartimentale e sul sito di Dipartimento. Dopo un anno comune, in cui i discenti acquisiscono conoscenze avanzate negli ambiti della gestione strategica, del marketing, del business design, della gestione finanziaria delle imprese internazionali, della politica economica e dell'economia internazionale e completano la preparazione linguistica, gli studenti scelgono uno dei quattro curriculum previsti. Il curriculum Marketing è finalizzato a sviluppare conoscenze avanzate di marketing (SECS-P/08) affiancate da insegnamenti di discipline quantitative (SECS-S03/SECS-S06) e giuridiche (IUS/04 e IUS/14), tutte fortemente focalizzate sul marketing e sul rapporto con i clienti e i concorrenti. Il curriculum Management Internazionale è focalizzato, invece, sulle problematiche che devono essere affrontate dai manager nelle scelte strategiche di internazionalizzazione; gli insegnamenti caratterizzanti e affini si focalizzano su problematiche quantitative di analisi di mercato (SECS-S/03), su discipline giuridiche (IUS/12 e IUS/13) e di management (SECS-P/08); tutti gli insegnamenti intendono formare, nelle specifiche discipline, competenze utili alla gestione delle attività geograficamente disperse e alla pianificazione dei processi di internazionalizzazione. Il curriculum Innovation management è finalizzato a sviluppare competenze relative all'implementazione e gestione dell'innovazione attraverso insegnamenti caratterizzanti e affini che si focalizzano sugli aspetti gestionali (SECS-P/08), quantitativi relativi alla gestione dei dati utili all'implementazione dei processi di innovazione (SECS-S/03), e al diritto, con specifico riferimento alla protezione della proprietà intellettuale e alla gestione e tutela dei dati (IUS/04 e IUS/14). Il curriculum Entrepreneurship intende formare conoscenze e competenze utili all'avvio di nuove attività imprenditoriali e a rafforzare l'orientamento imprenditoriale dei futuri manager, business developer e growth expert con insegnamenti dei settori scientifico-disciplinari SECS-P/08, SECS-S/03, IUS/14 e IUS/01 focalizzati sugli aspetti indicati. Comuni ai quattro curriculum sono lo stage in azienda per 3 CFU (o attività



- sostitutive) e la tesi finale, di tipo sperimentale, svolta sotto la guida di un docente relatore e di un docente correlatore.
- 5 Gli studenti all'atto della immatricolazione optano per il curriculum e possono modificare la propria scelta fino all'inizio del secondo anno. Nei curriculum Innovation Management e Entrepreneurship prevalgono gli insegnamenti in lingua inglese e lo studente può costruire il proprio percorso interamente in questa lingua.
  - 6 Il Piano degli studi prevede esami obbligatori, esami proposti in alternativa tra loro ed esami a scelta dello studente (opzionali).

### **Articolo 5**

#### **Obiettivi specifici, risultati di apprendimento attesi, profilo professionale e sbocchi occupazionali previsti per il laureato**

1. Gli obiettivi formativi specifici del Corso di laurea i risultati di apprendimento attesi, espressi tramite i descrittori europei del titolo di studio, i profili professionali e gli sbocchi occupazionali previsti per il laureato sono contenuti nell'Ordinamento didattico (RAD) del corso stesso, nella SUA-CdS e nel Manifesto degli Studi.

### **Articolo 6**

#### **Piano di studi. Insegnamenti e altre attività formative**

1. Il Piano degli Studi, è riportato **nell'Allegato 1** al presente regolamento, e può essere annualmente aggiornato secondo quanto indicato nel precedente articolo. L'allegato riporta anche la matrice di Tuning che descrive il contributo delle singole attività in termini di conoscenze, competenze e capacità e la tabella di corrispondenza tra i moduli del Master in Entrepreneurship and Innovation Management e gli esami del Corso di Laurea.
2. L'elenco degli insegnamenti e delle attività formative del Corso di studio contenuto nell'Allegato, riporta: a) i CFU e l'eventuale articolazione in moduli; b) il settore scientifico-disciplinare (SSD), c) la tipologia di attività formativa (TAF).
3. Gli studenti iscritti al corso hanno la possibilità di concorrere per il Double Degree rilasciato ai Laureati che abbiano seguito il percorso della convenzione con l'Università di Vilnius. Gli studenti del percorso marketing hanno la possibilità di conseguire, oltre alla Laurea, il diploma di Master in Marketing and Integrated Communication; gli studenti del percorso Management hanno, invece, la possibilità di ottenere, oltre alla Laurea, il diploma di Master in Global Business and Economics. Tale opportunità di Double Degree è offerta associando alla laurea magistrale, previo superamento della relativa selezione, il diploma di Master mention Management et Commerce International per gli studenti del percorso Management, rilasciato dall' University Of Bordeaux -IAE, Francia.  
Gli studenti del curriculum Innovation management e Entrepreneurship potranno partecipare alla selezione per ottenere il doppio titolo cumulando alla Laurea il Master in Entrepreneurship and Innovation Management, sviluppato nell'ambito del MIT-Parthenope Global Program. Per conseguire il doppio titolo, i discenti dovranno completare le attività previste nell'accordo e trascorrere un periodo di due settimane all'estero. Una volta completato il percorso universitario, i laureandi o laureati che hanno conseguito i CFU del



Master, potranno completare le attività e lo stage previste da quest'ultimo e conseguire oltre alla Laurea il Diploma di Master. La selezione per il Master avviene a settembre e gli studenti selezionati continueranno sul curriculum Entrepreneurship costruito; gli altri continueranno sul curriculum Innovation.

4. L'attivazione di nuovi Double Degree e modifica e funzionamento di quelli in vigore sono resi pubblici nella scheda SUA e attraverso il sito di Dipartimento e del Corso di studio.
5. Informazioni dettagliate sugli insegnamenti e le altre attività formative quali obiettivi formativi, prerequisiti, contenuti modalità di verifica dell'apprendimento e testi di riferimento, sono pubblicate online sulla piattaforma Esse3 di Ateneo, nella voce Insegnamenti e programmi, prima dell'inizio di ogni anno accademico.
6. Gli studenti possono scegliere come esame opzionale un qualsiasi insegnamento tra quelli presenti nell'offerta formativa dei corsi di laurea di secondo livello dell'Ateneo, con un numero di CFU pari a 9, purché coerente con gli obiettivi formativi del corso. Nel caso in cui l'insegnamento scelto non rientri tra gli opzionali consigliati, lo studente dovrà presentare richiesta di inserimento nel proprio piano di studi, seguendo la procedura pubblicata sul sito della Scuola.
7. Lo studente può sostenere esami relativi ad insegnamenti non presenti nel proprio corso di studio ed eccedenti i 120 CFU previsti dall'Ordinamento degli Studi. Qualora siano superati con esito positivo tali esami sono registrati nella carriera dello studente ma non sono conteggiati ai fini del completamento del percorso di studio né sono computati ai fini della media.

#### **Art. 7**

#### **Calendario e articolazione delle attività didattiche**

1. Le attività didattiche si articolano in insegnamenti, secondo un calendario strutturato in due semestri, approvato dal Consiglio della Scuola e pubblicato sul sito della Scuola.
2. Gli insegnamenti del corso di laurea sono semestrali e possono essere articolati in moduli.
3. Le attività didattiche (lezioni e esami) hanno inizio e si svolgono secondo il calendario stabilito annualmente dal Consiglio della Scuola.
4. Il periodo delle lezioni è articolato in due semestri e impegna ciascun insegnamento in funzione del numero di crediti assegnati allo stesso.
5. La quantità media di impegno complessivo di apprendimento svolto in un anno dallo studente a tempo pieno è convenzionalmente fissata in 60 crediti.
6. Il corso di laurea, oltre alle attività formative, può organizzare laboratori e stage esterni in collaborazione con istituzioni pubbliche e private italiane e straniere, sulla base di un accordo o di una convenzione. Tali attività esterne, qualora aggiuntive rispetto a quanto previsto dall'Ufficio Placement, devono essere approvate dal Consiglio del Corso di Laurea, che ne determina anche i CFU, e svolgersi sotto la responsabilità didattica di un docente del Corso stesso.

#### **Art. 8**

#### **Frequenza dei corsi e propedeuticità**



1. La frequenza ai corsi, pur non essendo formalmente obbligatoria, è fortemente consigliata, in quanto elemento formativo fondamentale ai fini dell'acquisizione delle competenze previste negli obiettivi didattici.
2. Non sono previste propedeuticità tra gli insegnamenti previsti dall'Ordinamento didattico del Corso di Studio.

### **Art. 9**

#### **Studenti non a tempo pieno**

1. Secondo quanto previsto dal Regolamento didattico di Ateneo, lo studente può chiedere, all'atto dell'immatricolazione, di essere iscritto al Corso di laurea con la qualifica di "studente non a tempo pieno". Tale qualifica permane fino ad apposita richiesta dello studente, che può essere formulata ogni anno all'atto dell'iscrizione, di modificarla.
2. Lo studente non a tempo pieno può conseguire ogni anno un numero di crediti massimo pari a 34.

### **Art. 9bis**

#### **Studenti atleti**

1. Secondo quanto previsto dal regolamento di Ateneo, lo studente può chiedere di essere iscritto al Corso di laurea con la qualifica di "studente-atleta" ai sensi del DR n. 327 del 05/04/2024.
2. Al riconoscimento dello status di "studente-atleta" da parte dell'Università degli studi di Napoli Parthenope, consegue:
  - la possibilità di iscrizione in regime di tempo parziale;
  - il riconoscimento di crediti universitari formativi sulla base dell'attività agonistica svolta;
  - la deroga per la partecipazione alle lezioni a frequenza obbligatoria, con possibilità di concordare modalità di recupero dell'assenza;
  - la possibilità di concordare con il docente del corso date d'esame ad hoc;
  - l'assegnazione di un tutor didattico per ciascuno studente-atleta;

### **Art. 10**

#### **Modalità di verifica dell'apprendimento**

1. Per ciascuna attività formativa è previsto un accertamento conclusivo alla fine del periodo in cui si è svolta l'attività. Per le attività formative articolate in moduli la valutazione finale del profitto è comunque unitaria e collegiale.
2. Il periodo di svolgimento degli appelli d'esame viene pubblicato sul sito web della Scuola all'inizio dell'anno didattico. Il calendario delle verifiche di profitto prevede appelli ordinari e straordinari, questi ultimi riservati agli studenti fuori corso e agli studenti dell'ultimo anno in debito di esame. I periodi di apertura di questi appelli sono indicati annualmente nel calendario didattico.
3. Gli accertamenti finali possono consistere in: esame orale o prova scritta o relazione scritta o orale sull'attività svolta oppure test con domande a risposta libera o a scelta multipla o



- prova di laboratorio o project work o esercitazione al computer. Le modalità dell'accertamento finale, che possono comprendere anche più di una tra le forme su indicate, nonché i relativi criteri di valutazione, sono indicati prima dell'inizio di ogni anno accademico dal docente responsabile dell'attività formativa.
4. Le verifiche del profitto si svolgono previo accertamento dell'identità dei candidati e sono effettuate in presenza di pubblico.
  5. Con il superamento dell'accertamento conclusivo lo studente acquisisce una votazione espressa in trentesimi o una idoneità, unitamente ai CFU attribuiti all'attività formativa.
  6. E' consentito lo svolgimento di accertamenti parziali in itinere (prove in itinere), programmati dal docente all'interno dei periodi individuati nel calendario didattico, previo coordinamento con i docenti dei corsi erogati nello stesso semestre e comunicazione al Coordinatore del Corso di studio.
  7. Le Commissioni giudicatrici degli esami e delle altre prove di verifica del profitto sono nominate in conformità a quanto previsto dal Regolamento Didattico di Ateneo – parte generale.

### **Art. 11** **Periodi di studio all'estero**

1. Secondo quanto previsto dalla normativa e dai regolamenti di Ateneo, lo studente può acquisire presso un'Università straniera fino a un massimo di 60 (sessanta) crediti relativi ad attività formative coerenti con gli obiettivi formativi del Corso, purché il progetto rientri in una convenzione o un programma di cooperazione universitaria.
2. I Requisiti specifici vengono indicati nel "Bando unico di selezione degli studenti in mobilità per fini di studio".
3. Sono in ogni caso escluse verifiche di profitto integrative per esami sostenuti nell'ambito del programma Erasmus+.
4. Per gli studenti che partecipano ai percorsi di Double Degree, le attività da svolgere all'estero e il loro riconoscimento sono stabiliti negli accordi con le Università Partner e vengono richiamati nel bando appositamente emanato dal Dipartimento per la selezione degli stessi.

### **Art. 12** **Trasferimento da altri corsi di studio**

1. Il riconoscimento dei crediti in caso di trasferimento dello studente da altro corso di studio, anche di altra Università, compete al Consiglio della Scuola, su delega del Consiglio di Corso di Studio, sulla base di criteri da esso predeterminati. In particolare, sono riconosciuti i CFU corrispondenti agli esami di SSD corrispondenti o equivalenti, previa valutazione della congruità con il piano di studi del Corso di Laurea.
2. Nel caso in cui il trasferimento dello studente sia effettuato tra Corsi di laurea appartenenti alla medesima classe, la quota dei CFU riconosciuta per un medesimo settore scientifico disciplinare non può essere inferiore al 50% di quelli già maturati.
3. Nel caso in cui il corso di provenienza sia svolto in modalità a distanza, la quota minima del 50% è riconosciuta solo se il corso di provenienza risulta accreditato ai sensi del vigente regolamento ministeriale in materia.



### **Art. 13** **Prova finale**

1. La prova finale, cui sono riservati 15 Cfu, consiste nella preparazione di una Tesi, risultato di un lavoro di approfondimento di una tematica afferente ad una disciplina del percorso scelta dallo studente.
2. Lo studente può inoltrare la richiesta di assegnazione dell'argomento della prova finale, secondo le procedure rese note su Esse 3, dopo aver conseguito 60 CFU ed il tempo minimo che deve decorrere tra richiesta e consegna dell'elaborato è di sei mesi
3. Nella preparazione della prova finale lo studente viene affiancato da un docente (Relatore). L'argomento della tesi è concordato tra il laureando e il Relatore, il quale sovrintende alla stesura dell'elaborato dal punto di vista metodologico e scientifico. Nel caso in cui la tesi di Laurea Magistrale venga elaborata durante il tirocinio svolto presso Aziende o Enti, al Relatore si potrà affiancare un Tutor aziendale.
4. La prova è rivolta ad accertare le capacità di elaborazione e di comunicazione dello studente. Nello specifico, l'elaborato scritto a contenuto teorico-sperimentale deve essere dotato di originalità e può consistere in: un approfondimento di una o più delle problematiche affrontate dallo studente durante il periodo di stage; un approfondimento di una tematica analizzata durante il corso di studi, corredata da un'opportuna analisi empirica o analisi multipla di casi reali.
5. Gli standard applicabili per la stesura della prova finale da parte dello studente sono pubblicati sul sito della Scuola.
6. La Commissione è nominata dal Presidente della Scuola. Lo svolgimento della prova finale e la proclamazione sono pubblici.
7. All'elaborato (prova finale) possono essere assegnati massimo punti 7.
8. Il voto finale di laurea è la somma del voto di base, del punteggio attribuito alla qualità della prova finale e del punteggio premiale attribuito allo studente. Le modalità di calcolo del voto di base e le premialità sono riportate **nell'Allegato 2**.
9. Il voto minimo per il superamento della prova è sessantasei centodecimi. Allo studente che raggiunge come valutazione complessiva 110/110, la Commissione, con voto unanime, può essere attribuita la lode.
10. La seduta di laurea si tiene ogni mese, ad eccezione di agosto. Il calendario di tali sedute è pubblicato sul sito della Scuola.

### **Art. 14** **Iscrizione e frequenza di singoli insegnamenti**

1. Chi è in possesso dei requisiti necessari per iscriversi a un corso di studio, oppure sia già in possesso di un titolo di studio di livello universitario, può presentare richiesta di iscrizione a singoli insegnamenti fino al limite massimo di 30 CFU complessivi.

### **Art. 15** **Coordinatore, responsabili e rappresentanti**



1. Il Coordinatore, i soggetti responsabili delle attività di assicurazione della qualità del Corso di Laurea, i rappresentanti degli studenti nel Consiglio, i tutor, sono indicati nella scheda SUA e nel manifesto degli studi.

#### **Art. 16**

##### **Ulteriori aspetti organizzativi e servizi offerti agli studenti**

1. Le informazioni relative all'organizzazione dei servizi agli studenti di pertinenza del Consiglio di Corso di studi in Marketing e Management Internazionale, unitamente alle informazioni sui compiti svolti e sui servizi offerti agli studenti dagli organi di Ateneo, quali: segreterie didattiche, aule, sale studio, laboratori e aule informatiche, biblioteche, servizi a studenti con disabilità, servizi di supporto agli studenti fuori corso, sito web del Corso di studio, portale studenti, piattaforme di e-learning, modalità di ricevimento studenti, internazionalizzazione, orientamento e tutorato (in ingresso, in itinere e in uscita), organizzazione dell'assicurazione della qualità, nonché i regolamenti relativi agli esami singoli sono consultabili nei documenti inclusi nel sito web di Ateneo (Regolamento generale di Ateneo e Regolamento didattico di Ateneo) e presso i siti web di Ateneo e della Scuola.
2. Nell'ambito dell'offerta formativa erogata dal Corso di studi in **Marketing e Management Internazionale**, è consentito, come ulteriore servizio offerto agli studenti iscritti, il rilascio di Open Badge, ovvero attestati digitali, riconosciuti a livello internazionale, di conoscenze disciplinari, abilità personali (soft skills) e competenze tecniche acquisite. Gli Open Badge relativi alle attività didattiche e formative svolte dal Corso di Studi in **Marketing e Management Internazionale** si configurano come microcredenziali certificate digitalmente, in accordo con la Raccomandazione del Consiglio dell'Unione Europea 9237/22 del 22/05/2022. Le attività formative e didattiche che rilasciano Open Badge al loro completamento, così come i criteri e le modalità per ottenere i certificati digitali, rientrano tra i progetti previsti per il miglioramento qualitativo della didattica come disposto dall'art11 co.1, lett J del regolamento didattico di Ateneo in corso di approvazione.

#### **Art. 17 Ambito e termini di applicazione**

1. Il presente Regolamento si applica a tutti gli immatricolati al Corso di Laurea per l'aa. 2025-2026.



## Allegato 1 – Piano di Studi (allegato art. 6)

Il Consiglio di Corso di Studio predispone una lista di esami opzionali consigliati, indicati ogni anno nell'offerta erogata. Gli studenti possono scegliere come esame opzionale un qualsiasi insegnamento tra quelli presenti nell'offerta formativa dei corsi di laurea di secondo livello dell'Ateneo, con un numero di CFU pari a 9, purché coerente con gli obiettivi formativi del corso. Nel caso in cui l'insegnamento scelto non rientri tra gli opzionali consigliati, lo studente dovrà presentare domanda di approvazione al Consiglio di Corso di Studio.

### Marketing e Management Internazionale / Classe LM-77 / 2023-2024

ANNO	DENOMINAZIONE INSEGNAMENTO	SSD	CFU	SEMESTRE	TAF
<b>I ANNO - PERCORSO COMUNE (MARKETING E MANAGEMENT INTERNAZIONALE) - ITALIANO</b>					
1	CROSS CULTURAL MANAGEMENT	SECS P/08	9	2	CARATTERIZZANTE
1	ECONOMIA MONETARIA INTERNAZIONALE	SECS P/01	9	2	CARATTERIZZANTE
1	POLITICA ECONOMICA E GLOBALIZZAZIONE	SECS P/02	6	1	CARATTERIZZANTE
1	GESTIONE FINANZIARIA DELLE IMPRESE INTERNAZIONALI	SECS P/11	6	2	CARATTERIZZANTE
1	INNOVATION AND BUSINESS DESIGN	SECS P/08	9	1	CARATTERIZZANTE
1	MARKETING STRATEGICO	SECS P/08	9	1	CARATTERIZZANTE
<b>I YEAR - INNOVATION MANAGEMENT- ENGLISH</b>					
1	INTERCULTURAL MARKETING & COMMUNICATION	SECS P/08	9	1	CARATTERIZZANTE
1	INTERNATIONAL MONERATY ECONOMICS	SECS P/01	9	2	CARATTERIZZANTE
1	ECONOMIC POLICY AND INNOVATION	SECS P/02	6	1	CARATTERIZZANTE
1	RISK MANAGEMENT	SECS P/11	6	2	CARATTERIZZANTE
1	INNOVATION AND BUSINESS DESIGN	SECS P/08	9	1	CARATTERIZZANTE
1	STRATEGIC MAANAGEMENT	SECS P/08	9	2	CARATTERIZZANTE
<b>IN COMUNE AL PRIMO ANNO</b>					
	ABILITA' LINGUISTICHE A SCELTA TRA				
	INGLESE	L-LIN/12	6	1	ALTRE ATTIVITA'
	FRANCESE	L-LIN/4	6	1	ALTRE ATTIVITA'
<b>Curriculum MANAGEMENT INTERNAZIONALE</b>					
2	MODELLI PER L'ANALISI STATISTICA	SECS S/03	9	1	CARATTERIZZANTE
2	FISCALITA' D'IMPRESA MULTINAZIONALE	IUS/12	6	2	CARATTERIZZANTE
2	DIRITTO INTERNAZIONALE DELL'ECONOMIA	IUS/13	6	2	AFFINE
2	INTERNATIONAL INNOVATION NETWORK	SECS P/08	9	2	CARATTERIZZANTE
2	INTERNATIONALIZATION AND EXPORT MANAGEMENT	SECS P/08	9	1	AFFINE/CARATTERIZZANTE
<b>Curriculum MARKETING</b>					
2	DIRITTO PER IL MARKETING	IUS/04	6	2	CARATTERIZZANTE
2	DIRITTO DELL'UE DELLA CONCORRENZA	IUS/14	6	2	AFFINE
<b>ESAME IN ALTERNATIVA</b>					
2	ANALISI DEI DATI E AI PER IL MARKETING	SECS S/06	9	2	CARATTERIZZANTE
2	METODI QUANTITATIVI PER LE RICERCHE DI MERCATO	SECS S/03	9	2	CARATTERIZZANTE
<b>ESAME IN ALTERNATIVA</b>					
2	DIGITAL MARKETING	SECS P/08	9	1	CARATTERIZZANTE
2	IMMERSIVE EXPERIENCE & SERVICE MARKETING	SECS P/08	9	1	CARATTERIZZANTE
<b>ESAME IN ALTERNATIVA</b>					
2	BRAND & COMMUNICATION MANAGEMENT	SECS P/08	9	1	AFFINE/CARATTERIZZANTE
2	RETAIL MANAGEMENT	SECS P/08	9	1	AFFINE/CARATTERIZZANTE
<b>Curriculum INNOVATION MANAGEMENT</b>					
2	BIG DATA STATISTICS FOR BUSINESS	SECS S/03	9	2	CARATTERIZZANTE
2	PATENT LAW	IUS/04	6	2	CARATTERIZZANTE
2	EU LAW AND DIGITAL DATA	IUS/14	6	2	AFFINE
2	PROJECT MANAGEMENT FOR INNOVATION	SECS P/08	9	1	AFFINE/CARATTERIZZANTE



2 | START-UP & BUSINESS CREATION | SECS P/08 | 9 | 1 | CARATTERIZZANTE

**Curriculum ENTREPRENEURSHIP\***

2	BIG DATA STATISTICS AND BUSINESS ANALYTICS	SECS S/03	9	2	CARATTERIZZANTE
2	IP LAW	IUS/04	6	1	CARATTERIZZANTE
2	BUSINESS LAW AND DATA PROTECTION	IUS/01	6	2	AFFINE
2	ENTREPRENEURSHIP & CREATIVITY	SECS P/08	9	2	AFFINE
2	PLANNING AND DEVELOPMENT OF NEW BUSINESS VENTURING	SECS P/08	9	2	AFFINE/CARATTERIZZANTE

\* L'accesso al Curriculum è ammesso attraverso selezione con bando - Access to this curriculum is based on competitive examination

**IN COMUNE AL SECONDO ANNO**

ESAME OPZIONALE	9
STAGE O ATTIVITA' SOSTITUTIVA	3
PREPARAZIONE PROVA FINALE	15

**INSEGNAMENTO A SCELTA**

Lo studente può scegliere qualunque esame da 9 CFU presente nell'offerta formativa, previa richiesta di inserimento nel proprio piano di studi. Ogni anno il CdS propone una lista di insegnamenti a libera scelta consigliati

**PROPEDEUDICITÀ**

NESSUNA PROPEDEUDICITÀ PREVISTA



Matrice di Tuning

Matrice: competenze versus unità didattiche		Corso di laurea in Marketing e Management Internazionale - Dipartimento di Studi Aziendali e Quantitativi classe LM-77																				
Descrizione di Dublin)	Unità didattiche (ed eventuali attività associate)	AREA	Area 1	Area 2	Area 3	Area 4	Area 5	Area 6	Area 7	Area 8	Area 9	Area 10	Area 11	Area 12	Area 13	Area 14	Area 15	Area 16	Area 17	Area 18	Area 19	Area 20
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
Competenze sviluppate e verificate																						
ANNO			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
CFU			9	6	9	6	9	6	9	6	9	6	9	6	9	6	9	6	9	6	9	6
<b>A: CONOSCENZA E CAPACITA' DI COMPRESIONE</b>		Acquisizione di conoscenze teoriche e operative con riferimento a:																				
Capacità di comprensione delle scelte di marketing e dei fattori che impattano sulle scelte		AZIENDALE	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Conoscenza avanzata sulla gestione del brand e dei canali di distribuzione		AZIENDALE	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Conoscenza avanzata delle politiche di marketing		AZIENDALE	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Comprensione delle problematiche legate al management e alla comunicazione interculturale		AZIENDALE	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Conoscenza degli strumenti per l'ottimizzazione del divariv management		AZIENDALE	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Conoscenza legata ai processi di sviluppo sui mercati esteri		AZIENDALE	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Comprensione delle problematiche finanziarie e degli strumenti di gestione finanziaria		AZIENDALE	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Conoscenza avanzata sul ruolo delle tecnologie digitali a supporto del marketing		AZIENDALE	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Conoscenza sul funzionamento dei network per lo sviluppo di innovazione		AZIENDALE	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Comprensione delle problematiche legate alla progettazione e implementazione dell'innovazione		AZIENDALE	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Comprensione dei fenomeni economici internazionali		ECONOMICA	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Comprensione delle dinamiche legate all'integrazione dei mercati		ECONOMICA	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Comprensione dell'impatto dei fenomeni macro sulle scelte strategiche e operative		ECONOMICA	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Comprensione degli aspetti giuridici legati all'internazionalizzazione		GIRIDICO	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Comprensione degli aspetti giuridici legati al marketing		GIRIDICO	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Comprensione delle norme e dei rimedi che regolano lo sviluppo delle grandi imprese		GIRIDICO	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Comprensione degli aspetti giuridici legati alla gestione dei dati		GIRIDICO	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Comprensione degli aspetti giuridici legati alla protezione dei dati		GIRIDICO	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Capacità di raccolta e comprensione dei dati utili alle decisioni strategiche		STATISTICO-MATEMATICA	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Capacità di raccolta e comprensione dei dati utili alle scelte di marketing		STATISTICO-MATEMATICA	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Conoscenza linguistiche																						
Conoscenza delle principali strutture morfosintattiche e del lessico specialistico della lingua inglese o francese																						
<b>B: CAPACITA' APPLICATIVE</b>		Acquisizione di competenze applicative con riferimento a:																				
Capacità di individuare nuove opportunità di business		AZIENDALE	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Capacità di analizzare e gestire i processi di marketing		AZIENDALE	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Capacità di pianificare la strategia di ingresso in un mercato estero		AZIENDALE	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Capacità di coordinare e gestire team multiculturali		AZIENDALE	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Capacità di negoziare e comunicare con attori di altri contesti		AZIENDALE	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Capacità di gestire i canali di distribuzione		AZIENDALE	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Capacità di pianificare e gestire network di brand		AZIENDALE	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Capacità di utilizzare in modo adeguato le tecnologie digitali a supporto del marketing		AZIENDALE	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Capacità di pianificare azioni per ottimizzare il rapporto con i consumatori		AZIENDALE	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Capacità di individuare gli strumenti finanziari più idonei alla gestione delle imprese internazionalizzate		AZIENDALE	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Capacità di progettare e implementare processi innovativi		AZIENDALE	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Capacità di analizzare e comprendere le azioni necessarie a fronteggiare i cambiamenti ambientali		ECONOMICA	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Capacità di applicare le conoscenze teoriche all'analisi dei mercati di sbocco		ECONOMICA	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Capacità di applicare gli strumenti statistici alle decisioni strategiche		STATISTICO-MATEMATICA	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Capacità di applicare gli strumenti quantitativi alle analisi di marketing		STATISTICO-MATEMATICA	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Capacità di analizzare e interpretare i dati		STATISTICO-MATEMATICA	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Capacità di qualificare le fattispecie giuridiche e individuare la disciplina da applicare ai casi specifici		GIRIDICO	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Capacità di applicare le conoscenze giuridiche a casi concreti		GIRIDICO	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Capacità di applicare le principali strutture morfosintattiche della lingua inglese o francese																						
<b>C: AUTONOMIA DI GIUDIZIO</b>		Acquisizione di consapevole autonomia di giudizio con riferimento a:																				
Ritrasmettere in autonomia le fonti informative			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Capacità analitica di lettura ed interpretazione dei fenomeni			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Capacità di raccolta, lettura e interpretazione delle informazioni necessarie per analizzare i comportamenti competitivi delle imprese			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Maturare scelte gestionali originali utili a migliorare l'offerta delle imprese internazionalizzate			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Autonomia nella applicazione delle norme e nella valutazione di problematiche legali			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Raccolta, sintesi e lettura autonoma di dati e informazioni			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Capacità di scegliere autonomamente il lessico e la sintassi in lingua straniera (inglese o francese) adatti al contesto comunicativo																						
<b>D: ABILITA' NELLA COMUNICAZIONE</b>		Acquisizione di adeguate competenze e strumenti per la comunicazione con riferimento a:																				
Acquisizione di un vocabolario tecnico specifico avanzato			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Capacità di formulazione in forma scritta le conoscenze teoriche			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Capacità di presentare in pubblico le proprie analisi e i risultati conseguiti			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Capacità di utilizzare un vocabolario tecnico specifico avanzato (anche in lingua straniera)			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Capacità di comunicare e presentare in modo chiaro e grammaticalmente corretto in lingua straniera (inglese o francese)																						
<b>E: CAPACITA' DI APPRENDERE</b>		Acquisizione di adeguate capacità per lo sviluppo e l'approfondimento di ulteriori competenze, con riferimento a:																				
Stimolazione della capacità di applicare le conoscenze a casi concreti			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Acquisizione della capacità di utilizzare fonti in lingua inglese			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Stimolazione della capacità di ricercare in maniera autonoma materiale scientifico e integrarlo			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Capacità di utilizzare fonti in lingua straniera (inglese o francese) in maniera autonoma			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Capacità di sapere scegliere autonomamente sui temi di interesse disponibili su risorse digitali o cartacee in lingua straniera (inglese o francese)																						

X: QUESTA COMPETENZA E' SVILUPPATA e VERIFICATA e FA PARTE dei RISULTATI DELL'APPRENDIMENTO della UNITA' DIDATTICA indicata in colonna

Curriculum Marketing  
Curriculum Innovation Management  
Curriculum Entrepreneurship



## Allegato 2 – Punteggi prova finale (allegato art.13)

**Il voto di base** è calcolato come media dei voti, espressa in centodecimi, riportati dallo studente nei singoli esami di profitto ponderata (e non aritmetica) per il numero di CFU di ogni insegnamento. Per il calcolo della media vengono considerati tutti gli insegnamenti per i quali è prevista una valutazione in trentesimi. Inoltre, ai fini del calcolo della media gli esami superati con lode vengono considerati pari a 30/30. Ai fini del calcolo della media non vengono considerati gli esami sostenuti in sovrannumero. Per gli esami conseguiti all'estero con una scala di punteggio diversa da quella in trentesimi, il voto viene convertito in trentesimi sulla base di specifiche tabelle di conversione a seconda della nazione.

La Commissione può assegnare un punteggio da 0 a 7 punti, che si aggiunge al voto di partenza calcolato come media ponderata dei voti ottenuti nei singoli esami, cui vengono aggiunte delle premialità legate alla carriera, di seguito riportate. Il numero massimo di punti ottenibili è pari a 11.

**Il punteggio premiale** da attribuire allo studente è così definito:

Premialità	Punti
Durata del percorso universitario	
- In corso	2
Partecipazione a ulteriori attività	
- 12 cfu maturati all'estero con il programma ERASMUS+ incluso i CFU maturati per stage curriculari svolti all'estero	3
Qualità del percorso di studio. La media si intende approssimata per troncamento.	
- Media superiore o uguale a 105	2
- Media compresa tra 99 e 104	1
- Tre o più esami con lode	1

La durata normale del corso di laurea ai fini dell'attribuzione della relativa premialità può essere fittiziamente incrementata di 6 mesi nei casi previsti dalle **LINEE GUIDA PER IL REGOLAMENTO DELLE PROVE FINALI E DELLE TESI DI LAUREA, LAUREA MAGISTRALE E LAUREA MAGISTRALE A CICLO UNICO**, disponibili sul sito di Ateneo nella sezione regolamenti/didattica.

Le informazioni sulle procedure sono rese pubbliche sul sito ESSE3 di Ateneo.