



Informazioni generali sul Corso di Studi

Università	Università degli Studi di BERGAMO
Nome del corso in italiano RD	Management, Marketing e Finanza(<i>IdSua:1574167</i>)
Nome del corso in inglese RD	Management, Marketing and Finance
Classe	LM-77 - Scienze economico-aziendali RD
Lingua in cui si tiene il corso RD	inglese
Eventuale indirizzo internet del corso di laurea RD	https://ls-mmf.unibg.it/en
Tasse	https://www.unibg.it/servizi/segreteria/tasse-e-agevolazioni
Modalità di svolgimento	a. Corso di studio convenzionale



Referenti e Strutture

Presidente (o Referente o Coordinatore) del CdS	ANDREINI Daniela
Organo Collegiale di gestione del corso di studio	Consiglio di corso di studio
Struttura didattica di riferimento	Scienze aziendali

Docenti di Riferimento

N.	COGNOME	NOME	SETTORE	QUALIFICA	PESO	TIPO SSD
1.	BETTINELLI	Cristina	SECS-P/08	PA	1	Caratterizzante
2.	CAROLLO	Luca	SECS-P/10	RD	1	Caratterizzante
3.	CASTELLINI	Bruno	IUS/04	ID	1	Caratterizzante
4.	DELLA TORRE	Edoardo Ezio	SECS-P/10	PO	1	Caratterizzante
5.	GERANIO	Manuela	SECS-P/11	PA	1	Caratterizzante
6.	SCARLATA	Maria Rosa Giovanna	SECS-P/08	PA	1	Caratterizzante
7.	VIGANO'	Laura	SECS-P/11	PO	1	Caratterizzante
8.	VISMARA	Silvio	SECS-P/09	PA	1	Caratterizzante

9.	ANDREINI	Daniela	SECS-P/08	PA	1	Caratterizzante
Rappresentanti Studenti					Lubrini Maddalena m.lubrini@studenti.unibg.it	
Gruppo di gestione AQ					DANIELA ANDREINI STEFANO BASAGLIA MARA BERGAMASCHI CRISTINA BETTINELLI GIACOMO BIRAGHI DAVIDE CASTELLANI MANUELA GERANIO MADDALENA LUBRINI GIUSEPPE PEDELIENTO MARIA ROSA SCARLATA	
Tutor					Francesca MAGNO Davide CASTELLANI Cristina BETTINELLI Mara Barbara BERGAMASCHI Daniela ANDREINI	

Il Corso di Studio in breve

29/03/2021

Quello che è emerso negli ultimi venti anni dalla diffusione di internet per scopi commerciali, è l'evidenza di essere di fronte alla quarta rivoluzione industriale. Le tecnologie digitali odierne hanno dato vita ad una vera e propria rivoluzione non meno importante e sconvolgente degli equilibri pre-esistenti di quella tecnologica-industriale dei primi anni del '900 quando l'energia elettrica sostituì quella generata dalle macchine a vapore. Tale evoluzione progressiva verso la digitalizzazione ha subito però una forte accelerazione a causa dell'emergenza sanitaria da COVID-19.

Il percorso di studi magistrale in Management, Marketing and Finance (MMF), totalmente insegnato in lingua inglese, si propone quindi di sviluppare competenze e capacità sia hard che soft necessarie per diventare manager, imprenditori, analisti e professionisti in grado di sviluppare, governare, sviluppare e sfruttare la digitalizzazione, in particolare in tre fondamentali funzioni aziendali: il management, il marketing e la finanza.

Attraverso percorsi formativi distinti, le figure professionali che la laurea magistrale in Management, Marketing and Finance (MMF) intende formare possono ricondursi al digital manager o imprenditore digitale, il digital marketing manager e il finance manager in grado di lavorare in contesti nazionali ed internazionali fortemente dinamici e improntati all'innovazione dei servizi e dei prodotti.

In contesti ed imprese fortemente digitalizzate, la competizione diviene globale, i mercati di riferimento automaticamente internazionali, ed i contesti necessariamente multiculturali. Per tali motivi, questo percorso formativo è totalmente pensato e sviluppato in lingua inglese, ed è integrato da programmi didattici di mobilità internazionale, supportati dagli accordi di cooperazione scientifica e didattica già attivati con la Higher School of Economics di Nizhny Novgorod (Russia), la Johannes Kepler University di Linz (Austria), la Geneva School of Economics and Management e da numerose altre istituzioni universitarie con le quali vi sono accordi di collaborazione già in essere. Il percorso, così, permette allo studente sin dal primo anno di immerersi in un ambiente di studio fortemente multiculturale e fortemente innovativo. Il percorso di studi disegnato è atto a favorire lo sviluppo e a consentire la sperimentazione concreta delle conoscenze e delle abilità acquisite nei singoli insegnamenti attraverso un apprendimento esperienziale costruito sulla risoluzione di casi di studio didattici e reali, sull'interazione con imprese nazionali ed internazionali attraverso field project, su simulazioni e su lavori operativi da svolgere in gruppo o individualmente. Durante questo percorso di studi gli studenti hanno la possibilità di sperimentare da subito tecnologie digitali grazie alla partnership con alcuni fornitori di piattaforme tecnologiche per la business intelligence; di interagire in un ambiente multiculturale grazie alla presenza di visiting professor da tutto il mondo e l'interazione con studenti

internazionali; di partecipare a programmi didattici tematici; di usufruire di una vasta offerta di internship europei ed extra-europei.

Infine, il percorso affrontando le più innovative tematiche manageriali in lingua inglese, darà la possibilità ai partecipanti di conseguire certificazioni internazionali come il Chartered Financial Analyst Certification, partecipare a progetti internazionali come il Global Business Program, o a challenge di business internazionali come il Business Strategy Game.

Lo studente, infine, sin dal primo anno, può scegliere tra tre distinti curricula: International Management and Digital Business (IMDB); Marketing Management (MM) e Banking and Finance.

- Il curriculum International Management and Digital Business (IMDB) ha l'obiettivo di formare figure professionali in grado di guidare e sviluppare modelli di business, progetti, processi digitali in contesti economici e sociali internazionali. Saranno sviluppate le competenze per guidare e sviluppare idee imprenditoriali per nuove realtà economiche, e/o aziende esistenti. Gli studenti apprenderanno e applicheranno strumenti diagnostici di mercato, utilizzeranno alcune piattaforme di business intelligence e svilupperanno soluzioni di business per imprese e organizzazioni reali. Alcuni degli sbocchi professionali sono: digital project manager, junior international manager, export manager, imprenditore e junior digital advisor.

- Il curriculum in Marketing Management (MM) forma figure professionali specializzate nel marketing, comunicazione e vendita - digitale e non - in grado di lavorare in molteplici settori e contesti industriali, manifatturieri, di servizio, e di consumo. Gli studenti apprenderanno come analizzare i mercati in modo quantitativo e qualitativo, come comprendere i consumatori interpretando dati e osservazioni, come analizzare dati, sviluppare un piano di marketing integrato, sviluppare sistemi di CRM, organizzare campagne pubblicitarie online e social e sviluppare canali di vendita e touchpoint per clienti B2B e B2C. Alcuni esempi di sbocchi professionali sono: junior marketing manager, digital marketing manager, key account e sales manager, sales support, direttore commerciale, social media manager, account in agenzie pubblicitarie e di comunicazione..

- il curriculum in Banking and Finance ha l'obiettivo di creare figure professionali preparate al lavoro in organizzazioni finanziarie e aziendali. Gli studenti apprenderanno come prendere decisioni in merito all'allocazione e diffusione delle risorse in condizioni di incertezza, svilupperanno approfondite conoscenze degli strumenti di credito alle imprese e dell'attività assicurative. Inoltre, svilupperanno competenze economiche e finanziarie per valutare scelte innovative di investimento, finanziamento e copertura da rischi per le imprese. Questo percorso inoltre permettere agli studenti di poter conseguire la certificazione internazionale Chartered Financial Analyst, riconosciuta a livello internazionale.

Link: <https://ls-mmf.unibg.it/en>

Pdf inserito: [visualizza](#)



QUADRO A1.a

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

21/01/2021

La struttura del corso di Laurea Magistrale in Management, Marketing and Finance e' il risultato di un continuo processo di consultazione con le parti sociali e rappresentative del mondo della produzione, servizi e professioni a livello locale (tra cui Confindustria Bergamo, Federmanager Bergamo, Pioneer Investments SpA Italia e CGIL Bergamo, Ordine dei Dottori Commercialisti e degli Esperti Contabili, altre Associazioni di impresa e esponenti delle Pubbliche Amministrazioni locali). Esse hanno partecipato, in quanto parte integrante dei Comitati di indirizzo di ciascun corso di laurea. Le parti consultate si sono confrontate sui contenuti dei progetti, le denominazioni, i fabbisogni e gli obiettivi formativi, le metodiche didattiche, sugli stage offerti e sugli sbocchi occupazionali e hanno espresso apprezzamento per le modifiche proposte all'offerta formativa, ritenendola maggiormente confacente al nuovo contesto ambientale. In particolar modo, in relazione al Corso di Laurea Magistrale in Management, Marketing and Finance, le parti consultate hanno sottolineato la presenza di una serie di attivita' e di progetti sul campo che avvicinano gli studenti al mondo delle imprese e hanno valorizzato le esperienze che gli studenti acquisiscono attraverso gli stage. Hanno inoltre sempre apprezzato l'orientamento internazionale del Corso e la presenza di notevoli opportunita' di esperienze all'estero.

Oltre alle indicazioni ricevute dal Comitato di indirizzo, il Corso di Laurea, nella figura del Presidente del Consiglio di Corso di Laurea, provvede ad una consultazione dei documenti e degli studi di settore al fine di individuare ed essere aggiornati sulle tendenze occupazionali e del mercato del lavoro, nonch sui profili professionali e sulle competenze maggiormente richieste nel mercato del lavoro.

A tal fine vengono periodicamente (semestralmente) consultati i rapporti e studi prodotti da associazioni di categoria e organizzazioni nazionali ed internazionali, quali:

- Excelsior Unioncamere (La domanda e l'offerta di laureati e diplomati ; Il monitoraggio dei fabbisogni professionali dell'industria e dei servizi per favorire l'occupabilit; <http://excelsior.unioncamere.net>);
- Osservatorio provinciale del Mercato del Lavoro della Provincia di Bergamo (Rapporto Semestrale; <http://www.provincia.bergamo.it/ProvBgSettori/provBgSettoriHomePageProcess.jsp?myAction=&page&folderID=585&editorialID=7>);
- ARIFL - Agenzia Regionale per l'Istruzione, la Formazione e il Lavoro della Regione Lombardia (Rapporto Annuale; <http://www.arifl.regione.lombardia.it/cs/Satellite?c=Page&childpagename=Regione%2FMILLayout&cid=1213321946772&p=1213321>);
- ISFOL (Rapporto Annuale; <http://www.isfol.it/pubblicazioni/rapporto-isfol/>);
- ILO - International Labour Organization (World of Work Report; <http://www.ilo.org/global/research/global-reports/world-of-work/lang--en/index.htm>);
- EU Employment, Social Affairs & Inclusion (Monitoring the Job Market: European Vacancy and Monitoring Report; <http://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=955>)

Si sottolinea infine che in generale l'Ateneo ha instaurato solide e continuative relazioni con il mondo delle imprese e delle professioni sia al fine di attivare percorsi di stage che agevolano ulteriormente il confronto con il mercato del lavoro, e consentono di condividerne le esigenze e valutare l'evoluzione delle figure e dei profili professionali.

Il monitoraggio delle opportunita' di stage e placement rivolte agli studenti e ai laureati dell'Ateneo consente di acquisire ulteriori informazioni utili a valutare l'adeguatezza del percorso formativo. Infine vengono organizzate iniziative di avvicinamento al mondo del lavoro rivolte agli studenti (Career day), tavole rotonde con istituzioni e aziende del territorio e testimonianze aziendali sulle dinamiche del mercato e l'evoluzione di specifici ruoli lavorativi nelle diverse funzioni e settori professionali.

Tali iniziative consentono un continuo monitoraggio delle esigenze formative espresse dalle realt economiche del territorio. Le stesse offrono inoltre l'opportunita' ai rappresentati aziendali di meglio comprendere il percorso formativo e le esigenze formative dei nostri studenti e di suggerire possibili azioni migliorative.

22/01/2021

La revisione della laurea Magistrale rinominata 'Management, Marketing e Finanza' scaturisce da un continuo interscambio con le parti interessate ed un attento monitoraggio del mercato. In particolare si sono svolte le attività sotto riportate con i seguenti soggetti:

- Studenti: il CCS (seduta del 20.11.18) ha istituito una indagine annuale, per mezzo di 15 focus group con circa 60 studenti coinvolti. I dati raccolti e analizzati per due anni consecutivi 2018 e 2019, hanno fatto emergere alcune esigenze specifiche, tra cui, una richiesta di maggiore specializzazione in corsi di marketing e di finanza.

- Presidio della Qualità: si ricevono periodicamente preziose indicazioni sull'offerta formativa da parte del CPDS (relazioni annuali 2016 e 2017) e da parte del Presidio della Qualità.

- Comitato d'indirizzo: a giugno di ogni anno sono consultate le parti interessate rappresentate dal comitato di indirizzo, organismo a cui partecipano stabilmente i rappresentanti degli studenti e delle istituzioni locali, nazionali ed internazionali, tra cui Borsa italiana, Anasf - Associazione nazionale consulenti finanziari, SCM Solutions Capital Management SIM Spa, Manageritalia, CFA Society Italy, UBI Banca, Confindustria Bergamo, Unioncamere Lombardia, Tenaris, e Brembo. Particolarmente costruttiva è stata la riunione del comitato di indirizzo tenutasi il 08/06/2020 durante la quale sono state individuate tre aree di sviluppo futuro della laurea magistrale che riguardano a) lo sviluppo di soft skills (es. capacità di negoziazione, relazione con i clienti/stakeholder, comunicazione digitale, lavoro in team virtuali, ecc.); b) la crescita di competenze manageriali digitali e di marketing (es. digital project management, social media communication, brand management, ecc); c) l'accrescimento di competenze legate alla finanza in un contesto sempre più digitalizzato (es. cyber risks, risk management, crypto currencies, blockchain ecc.). Infine, il comitato di indirizzo vede anche opportunità di sviluppo nelle competenze finanza, manageriali ed organizzative legate a cambiamenti sempre più repentini (es. digital skills, data analysis, organizzazioni flessibili, ecc.). Infine, le parti consultate si sono confrontate sui contenuti dei progetti, sulle denominazioni, sui fabbisogni e gli obiettivi formativi, sulle metodiche didattiche adottate e adottabili, sugli stage offerti e sugli sbocchi occupazionali. Il comitato di indirizzo si è unanimemente espresso con grande apprezzamento per le numerose iniziative di avvicinamento tra studenti e mondo delle imprese, confermate ed ulteriormente rafforzate dalla disponibilità dei presenti a dare opportunità di tirocinio e di field project agli studenti anche in un momento di estrema difficoltà organizzativa ed economica come quello in corso.

Inoltre, la revisione della laurea Magistrale rinominata 'Management, Marketing and Finance' è stato anche il risultato di un processo di continuo consultazione con la domanda del mondo del lavoro e di interlocuzione con le parti sociali e rappresentative del mondo della produzione, servizi e professioni a livello locale.

In particolare vengono periodicamente consultati rapporti, studi e approfondimenti prodotti da associazioni di categoria e organizzazioni nazionali ed internazionali, quali:

- Excelsior Unioncamere (La domanda e l'offerta di laureati e diplomati; Il monitoraggio dei fabbisogni professionali dell'industria e dei servizi per favorire l'occupabilità; <http://excelsior.unioncamere.net>);
- European Commission. The future of work, http://ec.europa.eu/epsc/publications/strategic-notes/future-work_en
- ARIFL - Agenzia Regionale per l'Istruzione, la Formazione e il Lavoro della Regione Lombardia (Report Domanda di Lavoro; <http://www.arifl.regione.lombardia.it/>);
- ISFOL (http://www.isfol.it/temi/Lavoro_professioni)
- ILO - International Labour Organization (World of Work Report; <http://www.ilo.org/global/research/global-reports/world-of-work/lang--en/index.htm>);
- EMCC European Monitoring Centre on Change, Eurofund. European Jobs Monitor <https://www.eurofound.europa.eu/observatories/emcc/european-jobs-monitor>

L'osservazione di dati e report secondari consente di monitorare le competenze ed i ruoli manageriali più richiesti dal mondo del lavoro e più in generale, lo stato di salute del mercato del lavoro.

Dall'analisi di questi dati emerge che le competenze più richieste riguardano: e-skill (competenze digitali), le soft skill (tra cui le competenze organizzative, di leadership e di comunicazione) e le green skill (competenze afferenti al macroambito della sostenibilità ambientale). Temi questi, tanto rilevanti da essere divenuti i caposaldi del processo di revisione della laurea magistrale in 'Management, Marketing and Finance'. L'efficacia della risposta formativa messa in campo al mutato contesto ambientale è dimostrata dalla semplice osservazione che nella fase congiunturale corrente (non certo favorevole per quanto riguarda occupazione e produzione), le sole imprese che stanno assumendo sono aziende di produzione e di servizi che hanno puntato su nuovi modelli di business innovativi (e-commerce, servitization, smart manufacturing, platform, ecc.) e che hanno puntato su una forte accelerazione dei processi aziendali in chiave digitale. Aziende queste che esprimono una domanda significativa di personale qualificato e preparato a velocizzare e gestire processi innovativi.

Si sottolinea infine che in generale l'Ateneo ha instaurato solide e continuative relazioni con il mondo delle imprese e delle professioni al fine di attivare percorsi di stage che agevolino ulteriormente il confronto con il mercato del lavoro, e consentano al contempo di condividerne le esigenze e valutare l'evoluzione delle figure e dei profili professionali. Il monitoraggio delle opportunità di stage e placement rivolte agli studenti e ai laureati dell'Ateneo consente di acquisire ulteriori informazioni utili a valutare l'adeguatezza del percorso formativo. Infine vengono organizzate iniziative di avvicinamento al mondo del lavoro rivolte agli studenti (Career day), tavole rotonde con istituzioni e aziende del territorio e testimonianze aziendali sulle dinamiche del mercato e l'evoluzione di specifici ruoli lavorativi nelle diverse funzioni e settori professionali. Tali iniziative consentono un continuo monitoraggio delle esigenze formative espresse dalle realtà economiche del territorio. Le stesse offrono inoltre l'opportunità ai rappresentanti aziendali di meglio comprendere il percorso formativo e le esigenze formative dei nostri studenti e di suggerire possibili azioni migliorative.

Dall'analisi approfondita di questi dati emerge la necessità del mercato di avere figure principalmente specializzate in marketing, finanza e management in grado di saper tradurre le attività ed i processi tipiche di queste funzioni in modo innovativo e digitale.

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Verbale Commissione di indirizzo

	Profilo professionale e sbocchi occupazionali e professionali previsti per i laureati
Manager ed imprenditori di imprese a forte vocazione internazionale	
<p>funzione in un contesto di lavoro:</p> <p>L'articolazione del corso di laurea magistrale in Management, Marketing and Finance (MMF) attribuisce centralità ai contesti internazionali e fornisce una preparazione in tema di digitalizzazione dei modelli di business, di organizzazione e lavoro in ambienti complessi e digitalizzati, di internazionalizzazione in vari settori con focus sulle specificità del contesto multiculturale e innovativo.</p> <p>Tali caratteristiche sono state particolarmente apprezzate in sede di consultazione con le parti sociali, e sono anche in linea con i risultati di un'indagine svolta da Assolombarda nel 2011 (cfr. Mengoni L., 2011) che illustra le funzioni prevalentemente richieste dalle aziende lombarde ai laureati in discipline afferenti alle scienze economico-aziendali riguardano le seguenti aree:</p> <p>GESTIONE DELLE INFORMAZIONI DI MERCATO</p> <ul style="list-style-type: none">- monitoraggio del mercato (clienti, concorrenti, posizionamento aziendale);- analisi dei bisogni del cliente;- conoscenza dell'offerta aziendale e presentazione alla clientela. <p>Tali funzioni in MMF vengono particolarmente stressate in contesti internazionali e socialmente complessi.</p> <p>PIANIFICAZIONE</p> <ul style="list-style-type: none">- elaborazione di flow-chart e di procedure;	

- costruzione del budget;
- definizione di processi aziendali;
- elaborazione di piani di sviluppo del personale;
- programmazione di interventi formativi;

Tali funzioni in MMF vengono ulteriormente sviluppate per la pianificazione all'interno di diverse realtà aziendali: attività imprenditoriali, PMI, imprese di medie dimensioni e multinazionali.

CONTROLLO

- valutazioni ex ante ed ex post e monitoraggio dell'impatto economico dei progetti;
- monitoraggio degli stati di avanzamento delle attività;
- verifica del corretto svolgimento di un processo;
- valutazione dei rischi finanziari delle attività e dei progetti di impresa;

MMF predilige la lettura, la comprensione ed il controllo di progetti complessi ed innovativi in settori manifatturieri e di servizio.

GESTIONE DELLE INFORMAZIONI

- produzione di report;
- selezione dati in relazione alle necessità di utenti diversi;
- raccolta, analisi e interpretazione dei dati tenendo conto del contesto aziendale;
- presentazione dei risultati di progetto a colleghi, clienti e altri stakeholder;
- redazione di verbali;
- gestione data base;

In MMF oltre allo sviluppo della padronanza della lingua inglese per la gestione delle informazioni, di particolare rilievo è la diversa modalità della gestione delle informazioni rispetto ai contesti culturali di riferimento.

GESTIONE DELLE RELAZIONI in diversi settori aziendali, a diversi livelli dell'organizzazione e con diversi stakeholder interni ed esterni.

- capacità di lavorare in team;
- capacità di ascolto e dialogo;
- capacità di attivare/mantenere relazioni fiduciarie con colleghi, clienti e fornitori;
- capacità negoziali;

Tali funzioni in MMF vengono particolarmente stressati in contesti organizzativi multiculturali.

Tali funzioni si possono anche esplicitare nella gestione di singole funzioni aziendali (ad esempio: direzione d'impresa, gestione delle risorse umane, del lavoro e della produzione, marketing, finanza, progettazione e gestione delle reti intra e inter-organizzative).

competenze associate alla funzione:

Lo sviluppo di business internazionali e l'attenzione al confronto con soggetti globali teso a differenziare il corso di laurea attraverso lo sviluppo di competenze professionali che consentano al laureato di inserirsi in contesti internazionali fortemente competitivi, con competenze manageriali e finanziarie.

In linea con il rapporto Excelsior (2020) sulle competenze fondamentali per le aziende italiane per l'assunzione dei neo-laureati, al termine della laurea magistrale, i laureati sviluppano competenze manageriali in tutte le funzioni strategiche e operative spendibili in contesti competitivi multi-culturali sia in Italia che all'estero.

In particolare, lo studente sviluppa le seguenti competenze:

- Capacità di lavorare in gruppo (elemento ritenuto molto importante nel 57,5% delle assunzioni): in questo percorso formativo tale competenza estesa anche ai contesti multiculturali e a situazioni di stress e time pressure.
- Capacità comunicative scritte e orali (elemento ritenuto molto importante nel 53,6% delle assunzioni): in MMF tale conoscenza estesa anche agli strumenti di digital e social media.
- Capacità di problem solving (ritenuto molto importante nel 51,7% delle assunzioni): in MMF tale competenza estesa all'analisi ed interpretazione del cambiamento in atto sia in mercati nazionali sia in quelli internazionali.
- Abilità nel gestire le relazioni con clienti e fornitori (ritenuto molto importante nel 51,1% delle assunzioni) in questo percorso formativo tale competenza estesa anche ai contesti de-localizzati.
- Capacità di lavorare in autonomia (ritenuto molto importante dal 46,1% delle assunzioni), in questo percorso formativo tale competenza fortemente sviluppata attraverso lavori e assignment individuali.

sbocchi occupazionali:

In linea con i dati Almalaurea (2014) sulle prospettive lavorative e gli esiti occupazionali dei laureati nella classe di LM-77 e la consultazione con le parti sociali, gli sbocchi professionali dei laureati della ex laurea magistrale International Management, Entrepreneurship and Finance (IMEF) (corso di laurea che verrà sostituito dal formando corso MMF) sono numerosi e, tra questi, i principali sono:

- import e export manager;
- imprenditori e responsabili di piccole aziende votate all'internazionalizzazione;
- human resource manager e gestione delle relazioni industriali anche a livello internazionale international key account manager;
- imprenditori in aziende di famiglia e nuove imprese operanti in contesti internazionali;
- project manager.

Trader e risk manager

funzione in un contesto di lavoro:

L'articolazione del corso di laurea magistrale in Management, Marketing and Finance (MMF) attribuisce centralità ai contesti complessi e consentir di fornire una preparazione di livello avanzato relativamente alle principali aree della finanza innovativa.

Tale specializzazione permetterà ai laureati MMF di sviluppare competenze in tutte le aree chiave della finanza con l'obiettivo di formare figure professionali idonee a inserirsi nelle varie aree di business degli intermediari finanziari (commercial, corporate e investment banking) in qualità di analista, gestore di portafoglio, trader. Saranno inoltre acquisite le competenze necessarie a inserirsi nelle aree della misurazione e della gestione del rischio e della pianificazione finanziaria sia all'interno di imprese commerciali che di intermediari finanziari.

Le principali funzioni e competenze degli specialisti in attività finanziarie internazionali sono:

- esame, analisi ed interpretazione delle informazioni finanziarie e contabili per formulare pareri, preparare indicazioni e proposte su questioni finanziarie internazionali;
- sviluppo e conduzione di transazioni finanziarie assicurando la conformità con le leggi e i regolamenti nazionali ed internazionali;
- analisi quantitative su programmi e piani di investimento per imprese, banche e organizzazioni finanziarie;
- determinazione del grado di rischio nel fornire crediti a persone o organizzazioni operanti in contesti internazionali;
- valutazione per la corresponsione di prestiti e le condizioni della loro garanzia e restituzione.
- problem solver per questioni riguardanti le dinamiche che governano il funzionamento dei mercati, la gestione dei rischi finanziari e la gestione degli strumenti finanziari;
- definire strategie e attività finanziarie per imprese di diverse dimensioni e settore merceologico a forte vocazione internazionale.

competenze associate alla funzione:

Lo studente sviluppa quindi competenze nelle aree chiave della finanza quali:

- comprensione ed interpretazione del funzionamento dei mercati e dei prodotti finanziari internazionali;
- applicazione dei principi della finanza matematica per verificare i fattori di rischio in contesti internazionali;
- problem solving per il lavoro di risk-manager;
- capacità di gestione del lavoro e dei gruppi al fine di svolgere il lavoro del risk manager;
- sviluppo di strumenti statistici ed econometrici per interpretare dati diversi provenienti da fonti di dati diversi;
- sviluppo e gestione di portafogli di investimento
- comunicare con semplicità e chiarezza concetti finanziari anche complessi principi per la strutturazione e la valutazione di prodotti di tipo finanziario e assicurativo;
- conoscenza e padronanza dei mercati e dei prodotti per il trasferimento di rischi finanziari e assicurativi (riassicurazione e cartolarizzazione);
- padronanza delle tecniche e strumenti per la valutazione dei prodotti finanziari e assicurativi.

sbocchi occupazionali:

I maggiori sbocchi occupazionali per il trader and risk manager riguardano le istituzioni bancarie, assicurative e finanziarie che operano anche al di fuori dei confini nazionali, e gli enti e le istituzioni di governo e controllo del mercato del credito e degli scambi dei titoli a livello nazionale e sovranazionale.

In linea con i dati Almalaurea (2014) sulle prospettive lavorative e gli esiti occupazionali dei laureati nella classe di LM-77 e le consultazioni con le parti sociali, gli sbocchi professionali dei laureati in Management, Marketing and Finance (MMF) sono numerosi e, tra questi, i principali sono:

- risk manager in imprese di diversa dimensione e settore industriale;
- esperto analista finanziario in imprese di diversa dimensione e settore industriale;
- responsabile finanziario in imprese di diversa dimensione e settore industriale;
- inserimento in team manageriali di banche, assicurazioni, agenzie immobiliari e di intermediazione finanziaria internazionale;
- attività di consulenza finanziaria indipendente;
- inserimento in autorità di vigilanza;
- family office.

Marketing manager

funzione in un contesto di lavoro:

Il corso di laurea in Management, Marketing and Finance (MMF) si prefigge di formare il marketing manager che possieda sia le competenze approfondite della funzione (analisi di mercato, sviluppo di prodotto, pricing, distribuzione e comunicazione) aggiornata attraverso la capacità di utilizzare nuovi strumenti e piattaforme di business intelligence, CRM e digital communication. A livello di competenze il corso di laurea si prefigge di sviluppare una specifica capacità di analisi, progettazione e applicazione di soluzioni innovative e creative nonché il coordinamento, strategico ed operativo, di tutti i tradizionali e nuovi attori dell'ecosistema di mercato che con l'impresa sviluppano ricerche di mercato, prodotti, pubblicità online, social media communication e politiche di brand.

Questo percorso in marketing permetterà ai laureati MMF di sviluppare competenze in tutte le aree chiave del marketing con l'obiettivo di formare figure professionali idonee a inserirsi nelle varie aree di business del marketing (digital marketing, branding, comunicazione e vendita)

Le principali funzioni e competenze degli specialisti in marketing management sono:

- Pianificazione e definizione di campagne di marketing integrate;
- Definizione di piani di comunicazione finalizzati al posizionamento dei prodotti e dell'azienda;
- Supporto nella definizione di campagne di lancio di nuovi prodotti;
- Monitoraggio dei tassi di conversione delle campagne;
- Strutturazione ed elaborazione dei piani editoriali digital ed integrati;
- Controllo della corretta esecuzione delle attività di comunicazione e vendita online ed offline;
- Monitoraggio delle evoluzioni dei social media e del mondo digitale;
- Monitoraggio dell'attività del mercato concorrente e analisi dei risultati delle campagne di marketing e comunicazione;
- Elaborazione della reportistica per la direzione aziendale;
- Gestione delle attività legate alla vendita.

competenze associate alla funzione:

Lo studente svilupperà 4 aree di competenze:

- Competenze di base: Capacità di team working, competenze relazionali, di leadership, di gestione efficiente del tempo, di problem solving e di comportamento etico.
- Competenze tecniche: capacità di analisi e gestione di database, di applicazione di tecniche di data mining, di condurre analisi statistiche di dati primari e secondari e relativa interpretazione dei risultati e di gestione del rapporto con il cliente.
- Competenze soft: pensiero creativo, pensiero critico, spirito di leadership, public speaking, capacità di sintesi e resistenza allo stress.

sbocchi occupazionali:

Le imprese hanno riconfigurato e riconcettualizzato in un'ottica digitale e internazionale le funzioni marketing, comunicazione e vendita.

Ciò ha determinato cambiamenti nei ruoli, nelle funzioni, nelle competenze e nelle professionalità richieste dal mercato del lavoro per indirizzarsi verso professioni connesse al mondo digitale, come per esempio community manager, digital copywriter, digital PR, digital advertiser, web analyst, e-reputation manager, SEO specialist, data scientist, solo per citarne alcune.

Oltre agli sbocchi professionali legati al digitale, vi sono opportunità di mercato in qualità di Brand/Product manager, Marketing research specialist, sales manager, channel manager, trade manager e key account.



QUADRO A2.b

Il corso prepara alla professione di (codifiche ISTAT)

1. Specialisti della gestione e del controllo nelle imprese private - (2.5.1.2.0)
2. Specialisti in risorse umane - (2.5.1.3.1)
3. Specialisti dell'organizzazione del lavoro - (2.5.1.3.2)
4. Specialisti in attività finanziarie - (2.5.1.4.3)
5. Specialisti nell'acquisizione di beni e servizi - (2.5.1.5.1)
6. Specialisti nella commercializzazione di beni e servizi (escluso il settore ICT) - (2.5.1.5.2)
7. Analisti di mercato - (2.5.1.5.4)
8. Specialisti delle relazioni pubbliche, dell'immagine e professioni assimilate - (2.5.1.6.0)
9. Specialisti dell'economia aziendale - (2.5.3.1.2)



QUADRO A3.a

Conoscenze richieste per l'accesso

22/01/2021

L'ammissione alla Laurea magistrale in Management, Marketing and Finance (MMF) di studenti italiani o stranieri (comunitari ed extra-comunitari) con titolo straniero o italiano è soggetta a un processo di valutazione atto ad attestare l'idoneità del candidato; tale processo si basa sull'accertamento dei requisiti curriculari e sulla verifica della adeguata preparazione dello studente.

Per essere ammessi al corso di laurea è necessario il possesso della laurea o del diploma universitario di durata triennale o di altro titolo di studio conseguito all'estero riconosciuto idoneo.

È inoltre richiesto il possesso di requisiti curriculari che variano in base alla classe della laurea triennale di provenienza.

1) In particolare, possono accedere al Corso di LM in MMF i laureati provenienti dalle seguenti classi, di qualsiasi (ex) Facoltà e Università italiana:

- D.M. 270/04:

Classe L-18 - Scienze dell'economia e della gestione aziendali

Classe L-33 - Scienze economiche

- D.M. 509/99:

Classe 17 - Scienze dell'economia e della gestione aziendale

Classe 28 - Scienze economiche

- ante D.M. 509/99: Diploma di laurea di durata quadriennale del vecchio ordinamento conseguita presso una (ex) Facoltà di Economia.

2) Per i laureati provenienti da altre classi di laurea, requisito curriculare per l'accesso è avere acquisito minimo 60 cfu (nel percorso triennale e/o master, iscrizione a corsi singoli) nei settori scientifico-disciplinari presenti nelle seguenti aree (v.

Allegato D del DM 4 ottobre 2000):

- Area 13 - Scienze economiche e statistiche: tutti i SSD

- Area 12 - Scienze giuridiche

IUS/01 diritto privato

IUS/02 diritto privato comparato

IUS/04 diritto commerciale

IUS/05 diritto dell'economia

IUS/06 diritto della navigazione

IUS/07 diritto del lavoro

IUS/08 diritto costituzionale

IUS/09 istituzioni di diritto pubblico

IUS/10 diritto amministrativo

IUS/12 diritto tributario

IUS/13 diritto internazionale

IUS/14 diritto dell'Unione Europea

IUS/15 diritto processuale civile

IUS/16 diritto processuale penale

IUS/17 diritto penale

IUS/20 filosofia del diritto.

Dei suddetti 60 CFU, almeno 18 devono riguardare i SSD:

SECS-P/07, SECS-P/08, SECS-P/09, SECS-P/10 e SECS-P/11.

Tra i requisiti curriculari è inoltre prevista la conoscenza della lingua inglese di livello B2.

Lo studente deve essere in possesso dei requisiti curriculari prima della verifica dell'adeguatezza della personale preparazione, che verrà accertata secondo le modalità indicate nel regolamento didattico del corso di studio.

▶ QUADRO A3.b

Modalità di ammissione

22/04/2021

Dall'a.a. 2021-2022 la Laurea magistrale in Management, Marketing and Finance adotta un numero programmato di studenti in relazione alle risorse disponibili. Il numero di studenti iscrivibili e le modalità di svolgimento della selezione sono resi pubblici ogni anno con il relativo bando di concorso (vedi link sotto riportato).

REQUISITI DI AMMISSIONE

Per l'accesso al corso di Laurea magistrale in Management, Marketing and Finance è necessario:

1) il possesso dei seguenti REQUISITI CURRICULARI:

A - aver acquisito la laurea italiana in una delle seguenti classi

oppure,

B - aver acquisito una laurea italiana diversa da quella indicata al punto A e aver acquisito complessivamente, entro la scadenza per iscrizione alla selezione, almeno

oppure

C aver acquisito altro titolo di studio conseguito allestero, riconosciuto idoneo

Il titolo estero deve essere stato rilasciato da un'Università o da un Istituto di Istruzione superiore post-secondaria legalmente riconosciuta e deve consentire nel sistema di istruzione del Paese che lo ha rilasciato la prosecuzione degli studi universitari al livello successivo - secondo ciclo.

La Commissione esaminatrice valuta l'idoneità del titolo accademico estero ai fini dell'ammissione al corso.

2) il possesso di un LIVELLO DI CONOSCENZA DELLA LINGUA INGLESE DI LIVELLO B2 Ai fini del soddisfacimento del presente requisito saranno considerati validi:

a) il possesso di uno dei certificati tra quelli indicati nella tabella di equipollenza del CCL:

<https://ccl.unibg.it/it/apprendimento-lingue/servizi-studenti/riconoscimento-certificazioni-linguistiche>

b) l'acquisizione di CFU di lingua inglese nel percorso di laurea triennale. In particolare:

almeno 6 CFU per il livello B2

Il possesso del requisito della conoscenza della lingua inglese è obbligatorio ai fini dell'ammissione alla procedura di selezione.

Il mancato possesso dei requisiti di ammissione comporta l'esclusione dalla procedura di selezione di cui al presente bando e impedisce l'immatricolazione.

Potranno iscriversi alla selezione ed immatricolarsi con riserva in caso risultino utilmente collocati nelle graduatorie di merito, anche i candidati e le candidate (dora in poi indicati come 'candidati') che conseguiranno la laurea di primo ciclo (che consente l'accesso) entro il 30 aprile 2022 (sessione

- Classe L-18 (D.M. 270/04) - Scienze dell'economia e della gestione aziendali

- Classe L-33 (D.M.270/04) - Scienze economiche

- Classe 17 (D.M. 509/99) - Scienze dell'economia e della gestione aziendale

- Classe 28 (D.M. 509/99) - Scienze economiche

- ante D.M. 509/99: Diploma di laurea di durata quadriennale del vecchio ordinamento

corrispondente alle predette classi.

triennale e/o master, iscrizione a corsi singoli) nei settori scientifico-disciplinari presenti nelle 60 cfu (nel percorso seguenti aree (v. Allegato A del D.M. n. 159 del 12 giugno 2012):

- Area 13 - Scienze economiche e statistiche: tutti i SSD

- Area 12 - Scienze giuridiche: tutti i SSD

Dei suddetti 60 CFU, almeno 18 devono riguardare i SSD: SECS-P/07, SECS-P/08, SECS-P/09, SECS-P/10 e SECS-P/11 oppure

C aver acquisito altro titolo di studio conseguito allestero, riconosciuto idoneo

Il titolo estero deve essere stato rilasciato da un'Università o da un Istituto di Istruzione superiore post-secondaria legalmente riconosciuta e deve consentire nel sistema di istruzione del Paese che lo ha rilasciato la prosecuzione degli studi universitari al livello successivo - secondo ciclo.

La Commissione esaminatrice valuta l'idoneità del titolo accademico estero ai fini dell'ammissione al corso.

2) il possesso di un LIVELLO DI CONOSCENZA DELLA LINGUA INGLESE DI LIVELLO B2 Ai fini del soddisfacimento del presente requisito saranno considerati validi:

a) il possesso di uno dei certificati tra quelli indicati nella tabella di equipollenza del CCL:

<https://ccl.unibg.it/it/apprendimento-lingue/servizi-studenti/riconoscimento-certificazioni-linguistiche>

b) l'acquisizione di CFU di lingua inglese nel percorso di laurea triennale. In particolare:

almeno 6 CFU per il livello B2

Il possesso del requisito della conoscenza della lingua inglese è obbligatorio ai fini dell'ammissione alla procedura di selezione.

Il mancato possesso dei requisiti di ammissione comporta l'esclusione dalla procedura di selezione di cui al presente bando e impedisce l'immatricolazione.

Potranno iscriversi alla selezione ed immatricolarsi con riserva in caso risultino utilmente collocati nelle graduatorie di merito, anche i candidati e le candidate (dora in poi indicati come 'candidati') che conseguiranno la laurea di primo ciclo (che consente l'accesso) entro il 30 aprile 2022 (sessione straordinaria a.a. 2020-2021) a condizione che al momento dell'immatricolazione risultino in debito di non più di 24 cfu (eventuale tirocinio compreso) oltre la prova finale.

I candidati che non conseguiranno il titolo entro il 30 aprile 2022 saranno esclusi dalla procedura concorsuale e decadranno a tutti gli effetti dall'iscrizione alla laurea magistrale.

In analogia alla disciplina prevista per i laureandi, i candidati già laureati iscritti a corsi singoli per l'anno accademico 2020-2021, al fine di acquisire i cfu richiesti come requisiti curriculari potranno iscriversi alla selezione ed immatricolarsi con riserva, in caso risultino utilmente collocati nelle graduatorie di merito. In caso di ammissione al corso con riserva, tali candidati potranno pre-immatricolarsi al corso, cioè immatricolarsi con riserva, a condizione che al momento

dell'immatricolazione risultino in debito di non più di 24 cfu, da conseguire entro la sessione esami di gennaio/febbraio 2022. Se non dovessero riuscire a superare gli esami mancanti entro tale data, i candidati saranno esclusi dalla procedura concorsuale e decadranno a tutti gli effetti dall'iscrizione alla laurea magistrale.

SELEZIONE

L'ammissione al corso di laurea magistrale è subordinata, oltre che al possesso dei requisiti curriculari e linguistici di cui alla sezione 2, anche alla verifica dell'adeguatezza della personale preparazione dei candidati che avverrà nella seguente modalità:

- Merito accademico (media ponderata dei voti degli esami di profitto sostenuti per il conseguimento della laurea che costituisce requisito di ammissione) fino a 70 punti;
- Coerenza del curriculum accademico del candidato con gli obiettivi formativi del corso di laurea magistrale in Management, Marketing & Finance: fino a 30 punti.

Solo i candidati che otterranno un punteggio superiore a 70/100 punti saranno considerati idonei e verranno ammessi all'immatricolazione in ordine di graduatoria, fino a concorrenza dei posti disponibili per ciascuna sessione di selezione.

Una Commissione esaminatrice appositamente nominata e composta da almeno tre membri effettivi e tre supplenti (scelti fra il personale docente e ricercatore afferente al Corso di studio) garantisce il corretto svolgimento delle procedure inerenti la selezione.

La Commissione esaminatrice verifica innanzitutto il possesso del titolo di accesso, dei requisiti curriculari e della conoscenza della lingua inglese, previsti come requisiti di ammissione alla sezione 2 del Bando, pena l'esclusione dalla procedura di selezione.

La Commissione esaminatrice verifica l'adeguatezza della personale preparazione dei candidati in 2 fasi.

FASE 1: VALUTAZIONE DEL MERITO ACCADEMICO (punteggio massimo 70/100)

La prima fase di analisi e valutazione viene effettuata sulla base dei dati e della documentazione che i candidati devono dichiarare/allegare on line in fase di iscrizione alla selezione (vedere per maggiori dettagli alla sezione 5 del presente Bando). Per tutti i candidati (laureati e laureandi) il punteggio da assegnare al merito accademico verrà attribuito facendo la proporzione in settantesimi della media ponderata dei voti degli esami sostenuti.

In caso di laureandi devono essere considerati gli esami sostenuti fino alla data di presentazione della domanda di pre-iscrizione.

Ad esempio, alla media ponderata dei voti degli esami sostenuti pari a 27,42 vengono assegnati 63,98 punti ($27,42:30 = X:70$)

FASE 2: VALUTAZIONE DELLA COERENZA DEL CURRICULUM ACCADEMICO (punteggio massimo 30/100)

Per la valutazione della coerenza del curriculum accademico dei candidati rispetto agli obiettivi formativi del corso di laurea magistrale si fa riferimento ai CFU conseguiti (o da conseguire nel caso dei laureandi/iscritti a corsi singoli) nei seguenti settori scientifico-disciplinari: IUS/01, SECS-P/07, SECS/P-08, SECS-P/09, SECS-P/10 e SECS-P/11.

Il punteggio verrà attribuito come di seguito specificato:

- 15 punti da 18 a 23 CFU
- 20 punti da 24 a 28 CFU
- 25 punti da 29 a 34 CFU
- 30 punti oltre i 34 CFU

CANDIDATI IN POSSESSO DI TITOLO ACCADEMICO ESTERO

A - Cittadini comunitari ovunque residenti, cittadini non comunitari legalmente soggiornanti in Italia

I cittadini comunitari ovunque residenti e i cittadini non comunitari legalmente soggiornanti in Italia (art.39, comma 5, del D.Lgs. 25 luglio 1998, n.286) in possesso di titolo accademico estero partecipano alla selezione al pari dei cittadini italiani, concorrendo per l'ammissione al corso in un'unica graduatoria.

La valutazione di tali candidati avviene nelle stesse modalità indicate nella sezione 3. La Commissione esaminatrice provvede a fare la proporzione in settantesimi dei voti degli esami sostenuti sulla base delle indicazioni contenute nel Transcript of records ed a valutare la coerenza del curriculum accademico.

B - Cittadini non comunitari residenti all'estero (richiedenti visto)

Il Ministero dell'Università e della Ricerca (MUR) con apposita circolare pubblicata sul sito

www.studiare-in-italia.it/studentistranieri, definisce le procedure per l'ammissione degli studenti internazionali alle Università italiane.

La selezione dei candidati non comunitari residenti all'estero (richiedenti visto) avviene unicamente sulla base di un colloquio con i docenti individuati dal Presidente del Corso di Studio che mira a verificare le conoscenze e competenze pregresse.

Per la valutazione dei candidati verranno utilizzati i seguenti criteri:

- livello di conoscenza della lingua inglese (fino a 4 punti);
- attinenza al corso di laurea magistrale del tirocinio effettuato nel percorso di laurea di primo ciclo (fino a 3 punti);

voto di laurea (fino a 4 punti);

attinenza al corso di laurea magistrale degli studi svolti nel percorso di laurea di primo ciclo (fino a 2 punti).

Il punteggio complessivo è espresso assegnando fino ad un massimo di 13 punti sulla base della griglia di valutazione contenuta in allegato (allegato 1) e verrà predisposta una graduatoria di merito distinta dalla graduatoria di merito generale che comprende cittadini italiani, cittadini comunitari ovunque residenti e cittadini non comunitari legalmente soggiornanti in Italia.

I candidati in possesso di titolo accademico estero devono allegare alla domanda di pre-iscrizione:

- titolo accademico legalizzato e tradotto in lingua italiana;

- Dichiarazione di valore rilasciata dall'Ambasciata o Consolato italiano nel Paese in cui il titolo di studio è stato conseguito. La Dichiarazione di valore può essere sostituita da un'attestazione di enti ufficiali esteri o da attestazione rilasciata da centri ENIC-NARIC italiano (CIMEA) oppure dal Diploma Supplement rilasciato dall'università di provenienza;

- certificato rilasciato dall'università di provenienza attestante gli esami superati e relativa scala di valutazione (Transcript of records).

Dalla documentazione allegata deve risultare anche il voto con cui è stato conseguito il titolo di studio e il sistema di valutazione cui si riferisce.

Link : <https://ls-mmf.unibg.it/en/node/103>



QUADRO A4.a

Obiettivi formativi specifici del Corso e descrizione del percorso formativo

22/01/2021

I contesti sempre più globali e digitalizzati in cui le imprese e gli istituti finanziari operano e si sviluppano, necessitano di persone in grado di leggere ed operare in modo innovativo ed imprenditivo.

Il corso di studi magistrale in 'Management, Marketing and Finance', totalmente in lingua inglese prepara ad operare in contesti accelerati e socialmente complessi, in cui le funzioni aziendali di management, finanza, comunicazione e dinamiche organizzative sono sempre più interconnesse.

Gli obiettivi formativi sono volti a sviluppare un'esperienza internazionale e multiculturale degli studenti, anche grazie ai programmi didattici di mobilità all'estero, supportati dagli accordi di cooperazione formativa e didattica con l'Università di Washington, con la Higher School of Economics di Nizhny Novgorod (Russia) e la Johannes Kepler Universität di Linz (Austria), nonché all'attivazione del progetto 'Global Business Internship', in partnership con aziende internazionali.

Lo sviluppo di programmi internazionali e l'attenzione al confronto con manager, docenti e studenti provenienti da contesti innovativi e multiculturali sono alla base dello sviluppo di competenze professionali specifiche che si distinguono in percorsi formativi orientati all'imprenditorialità, alla strategia d'innovazione aziendale, alla leadership globale, al management in contesti multiculturali, al digital marketing management e ai nuovi modelli di consumo o alle aree e tecniche innovative della finanza e del business internazionale.

Inoltre, il percorso affrontando le più innovative tematiche manageriali in lingua inglese, darà la possibilità ai partecipanti di conseguire certificazioni internazionali come il Chartered Financial Analyst Certification, partecipare a progetti internazionali come il Global Business Program, o a challenge di business internazionali come il Business Strategy Game.

Il progetto formativo prevede, al proprio interno:

- un approfondimento orientato all'imprenditorialità, alla strategia d'innovazione aziendale, alla leadership globale, al change management, al digital marketing management e ai nuovi modelli sociali e di consumo. Vengono sviluppate le capacità di analisi di problemi complessi e di problem solving, necessarie per creare una nuova classe imprenditoriale e manageriale consapevole del diverso impatto socio-economico delle imprese e delle istituzioni nei diversi mercati internazionali.

L'imprenditorialità diffusa, le start-up innovative e la partecipazione attiva dei consumatori sono cambiamenti socio-economici che necessitano di innovative competenze ed abilità imprenditoriali e manageriali in grado di co-creare valore economico-sociale.

Per tale motivo, vengono erogati insegnamenti per lo sviluppo di competenze di analisi qualitativa e quantitativa innovative (come per esempio Market research for business development and innovation); capacità di leadership e gestione di gruppi di lavoro in nuovi contesti lavorativi (per esempio il corso in Managing People and Behaviour in New Workplaces); conoscenza delle fonti di approvvigionamento globale (International Business and Trade), sviluppo per innovazioni di prodotto e di processo (per esempio Digital Business Model) e di sviluppo dell'imprenditoria (Digital Business Model). Inoltre, in molte delle attività formative, è prevista la partecipazione attiva delle imprese che, insieme agli studenti, co-sviluppano nuove conoscenze e abilità attraverso la soluzione di reali casi di studio.

- un approfondimento orientato alle aree e alle tecniche innovative della finanza. Vengono sviluppate tematiche relative all'internazionalizzazione delle imprese e delle istituzioni finanziarie, agli scambi commerciali e finanziari internazionali e allo sviluppo di studi quantitativi e qualitativi per la finanza e lo sviluppo del business internazionale. Gli studenti possono scegliere di sviluppare maggiormente le capacità di analisi e di decision making per la finanza internazionale in ambito aziendale ed istituzionale. In tal caso, gli obiettivi formativi sono rivolti a creare figure professionali adatte ad operare in istituti finanziari nazionali ed internazionali o nell'area della finanza d'impresa. Per tali motivi, saranno sviluppate maggiormente le competenze per la pianificazione e la gestione finanziaria dell'impresa nell'ottica internazionale (per esempio attraverso il corso di Advanced Corporate Finance) e capacità specifiche di analisi quantitativa finanziaria, quali il risk management e gli strumenti derivati per gli intermediari finanziari (per esempio attraverso il corso di Credit and Operational Risks Measurement). Anche nell'area finanziaria in molte delle attività formative, è prevista la partecipazione attiva delle imprese che, insieme agli studenti, co-sviluppano nuove conoscenze e abilità attraverso la soluzione di reali casi di studio.

Al termine della laurea magistrale, i laureati Management, Marketing and Finance avranno sviluppato capacità e competenze imprenditoriali e manageriali approfondite in tutte le funzioni strategiche e operative spendibili sia in Italia che all'estero. I profili formati saranno anche appetibili ad aziende votate all'esportazione e all'approvvigionamento globale e caratterizzate da un forte orientamento all'innovazione di prodotto e di processo.



QUADRO A4.b.1

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

Le imprese hanno riconfigurato e riconcettualizzato in un'ottica digitale e internazionale le funzioni marketing, comunicazione e vendita.

Ciò ha determinato cambiamenti nei ruoli, nelle funzioni, nelle competenze e nelle professionalità richieste dal mercato del lavoro per indirizzarsi verso professioni connesse al mondo digitale, come per esempio community manager, digital copywriter, digital PR, digital advertiser, web analyst, e-reputation manager, SEO specialist, data scientist, solo per citarne alcune.

Oltre agli sbocchi professionali legati al digitale, vi sono opportunità di mercato in qualità di Brand/Product manager, Marketing research specialist, sales manager, channel manager, trade manager e key account.

Attraverso la laurea magistrale in MMF lo studente acquisisce gli strumenti teorici, metodologici ed esperienziali atti a comprendere ed analizzare con autonomia di giudizio la complessità di creazione, governo e gestione delle imprese e delle sue funzioni in contesti nazionali ed internazionali.

A livello di sviluppo delle conoscenze e capacità manageriali, durante questo percorso lo studente sviluppa le competenze per lo sviluppo di innovazione di processo e di prodotto per le imprese esistenti e di nuova concezione, attraverso percorsi di innovation management. Lo studente ha la possibilità di approfondire le conoscenze sugli scambi internazionali, le dinamiche di supply chain globali e le operazioni di import/export da diversi continenti e contesti internazionali. Nell'area manageriale, lo studente comprende il funzionamento e l'applicazione di innovativi strumenti di

comunicazione con gli stakeholder esterni, quali per esempio gli strumenti di digital marketing, social media e piattaforme di comunicazione digitali per il mercato B2C e B2B. Per quanto riguarda l'organizzazione e la comunicazione con gli stakeholder interni, lo studente sviluppa conoscenze relative alle organizzazioni multinazionali ed abilità personali di leadership e di lavoro in gruppi multiculturali.

Per quanto concerne lo sviluppo di capacità e conoscenze finanziarie, questo percorso di studi consente allo studente di comprendere e analizzare con autonomia di giudizio il funzionamento dei mercati e degli intermediari finanziari internazionali con riferimento alle tematiche sia di governo sia di gestione. Lo studente, quindi, sviluppa conoscenze e competenze relative ai principi che governano la gestione degli intermediari finanziari e l'organizzazione in contesti internazionali; la gestione del credito in mercati globali; il funzionamento dei mercati internazionali nonché le interrelazioni tra intermediari, mercati e imprese clienti in contesti globali ed acquisisce inoltre un background giuridico relativamente alla regolamentazione dei mercati internazionali e alle operazioni societarie relative alla crescita esterna delle imprese, quali acquisizioni e joint venture. Le modalità di verifica dell'acquisizione delle competenze e conoscenze avvengono attraverso:

- processi di valutazione della frequenza assidua e attiva alle lezioni;
- l'analisi di case studies, simulazioni e business games proposti negli insegnamenti
- le esercitazioni ed i lavori individuali e di gruppo assegnati e verificati dai tutor;
- la partecipazione allo stage e la valutazione delle competenze acquisite durante lo stage;
- il superamento delle prove di accertamento delle conoscenze;
- la valutazione della tesi finale di laurea.

**Conoscenza e
capacità di
comprensione**

Il laureato magistrale in Management, Marketing and Finance (MMF) - attraverso lo svolgimento di esercitazioni individuali e di gruppo con studenti e insegnanti stranieri, la risoluzione di casi di studio innovativi con l'applicazione di framework teorici e strumenti di analisi finanziarie, di marketing e manageriali, l'interazione con imprese nazionali ed internazionali con cui gli studenti sviluppano articolati lavori individuali e di gruppo - sviluppa le seguenti capacità manageriali ed imprenditoriali:

- analisi mercati locali, nazionali ed internazionali;
- analisi, gestione ed innovazione dei processi che governano la gestione aziendale di imprese di diverse dimensioni e diverso settore industriale;
- comprensione ed applicazione gli elementi fondamentali nei processi che governano la finanza aziendale nelle imprese che operano in contesti internazionali;
- capacità decisionali adeguate ai ruoli che gli vengono attribuiti nelle diverse fasi dello sviluppo di carriera nazionale ed internazionale;
- sviluppo di specifici progetti legati all'innovazione di prodotto, di processo e d'impresa nel suo insieme;
- sviluppo di business plan aziendali per start-up ed imprese esistenti;
- sviluppo di corporate e product brand a livello internazionale;
- sviluppo di comportamenti organizzativi per il governano e la gestione di relazioni all'interno delle aziende nazionali ed internazionali;
- organizzazione e gestione di gruppi multiculturali;
- gestione di progetti di change management;
- implementazione di modelli e pratiche di diversity management;
- applicazione di tecniche di analisi finanziaria dei data base finalizzate alle decisioni d'impresa;
- utilizzo di modelli quantitativi per un approccio sistematico utile per la risoluzione dei problemi finanziari;
- sviluppo di piani commerciali di internazionalizzazione per imprese di ogni dimensione e settore industriale;
- creazione ed implementazione di piani di marketing integrati tra ambienti online ed offline;
- creazione e sviluppo di specifici progetti di espansione commerciale e di supply chain globali;
- creazione ed implementazione di business plan per l'espansione internazionale di imprese di ogni dimensione e settore industriale.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Inoltre, tali capacità potranno essere efficacemente applicate durante esperienze all'estero sia formative che di internship. Esperienze, queste, particolarmente apprezzate dalle parti sociali consultate in sede di programmazione di questo percorso di laurea magistrale.

Le modalità di verifica dell'acquisizione delle competenze e conoscenze avvengono attraverso:

- l'analisi e la valutazione dei case studies, simulazioni e business games realizzati negli insegnamenti;
- le esercitazioni ed i lavori individuali e di gruppo assegnati e verificati dai tutor;
- la partecipazione a stage/internship e la valutazione delle competenze acquisite durante lo stage sia da parte del docente tutor che del tutor aziendale.
- il superamento delle prove di accertamento delle conoscenze.

- gestione di progetti di change management
- implementazione di modelli e pratiche di diversity management
- applicazione di tecniche di analisi finanziaria dei data base finalizzate alle decisioni d'impresa
- utilizzo di modelli quantitativi per un approccio sistematico utile per la risoluzione dei problemi finanziari
- sviluppo di piani commerciali di internazionalizzazione per imprese di ogni dimensione e settore industriale
- creazione ed implementazione di piani di marketing integrati tra ambienti online ed offline
- creazione e sviluppo di specifici progetti di espansione commerciale e di supply chain globali
- creazione ed implementazione di business plan per l'espansione internazionale di imprese di ogni dimensione e settore industriale.

Inoltre tali capacità potranno essere efficacemente applicate durante esperienze all'estero sia

formative che di internship, esperienze particolarmente apprezzate dalle parti sociali consultati in sede di programmazione di questo percorso di laurea magistrale.

Le modalità di verifica dell'acquisizione delle competenze e conoscenze avvengono attraverso:

- l'analisi e la valutazione dei case studies, simulazioni e business games realizzati negli insegnamenti
- le esercitazioni ed i lavori individuali e di gruppo assegnati e verificati dai tutor;
- la partecipazione a stage/internship e la valutazione delle competenze acquisite durante lo stage sia da parte del docente tutor che del tutor aziendale.
- il superamento delle prove di accertamento delle conoscenze.

▶ QUADRO A4.b.2

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

Area Manageriale

Conoscenza e comprensione

Il laureato magistrale in Management, Marketing and Finance (MMF) al termine del percorso di studi acquisisce gli strumenti teorici, metodologici ed esperienziali atti a comprendere ed analizzare con autonomia di giudizio la complessità di governo e gestione delle imprese di diversa dimensione e diverso settore industriale.

Nello specifico il laureato acquisirà:

- le conoscenze, le abilità e gli atteggiamenti necessari per operare in ruoli manageriali e imprenditoriali all'interno delle aziende (o come consulenti aziendali) in contesti multiculturali ed internazionali;
- lo sviluppo di conoscenze relative a diversi modelli teorici ed applicativi di direzione aziendale in contesti internazionali e socialmente complessi;
- conoscenze, abilità e atteggiamenti necessari per sviluppare e guidare le imprese di diverse dimensioni in contesti internazionali e particolarmente dinamici;
- le risorse cognitive ed operative per la creazione di start-up innovative o per sviluppare nuovi progetti all'interno di imprese già consolidate;
- le conoscenze teoriche e applicative legate all'analisi, comprensione e governo delle dinamiche evolutive in atto nei mercati internazionali e lo sviluppo di strategie innovative di prodotto e di processo;
- le conoscenze teoriche e pratiche per creare valore in contesti sociali complessi, in cui il valore co-creato con la società, i consumatori, le imprese e le istituzioni;
- le conoscenze teoriche e pratiche relative alle decisioni di marketing con particolare riferimento alle tecnologie digitali e ai nuovi comportamenti dei consumatori e delle imprese clienti.

L'acquisizione di tali competenze avviene attraverso:

- la frequenza attiva alle lezioni;
- lo studio individuale;
- il superamento delle prove di accertamento delle conoscenze.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

La laurea magistrale in Management, Marketing and Finance (MMF) sviluppa e permette la sperimentazione concreta delle conoscenze e abilità acquisite nell'area manageriale in ogni insegnamento attraverso:

- lo svolgimento di esercitazioni individuali e di gruppo con studenti e insegnanti italiani e stranieri;
- la risoluzione di casi di studio innovativi con l'applicazione di framework teorici e strumenti di analisi finanziarie, di marketing e manageriali;
- la simulazione di problematiche aziendali e di mercato con l'ausilio di tecnologie digitali;
- l'interazione con imprese nazionali ed internazionali con cui gli studenti sviluppano articolati lavori individuali e di gruppo;
- field project;
- l'attivazione di seminari e testimonianze del mondo imprenditoriale internazionale;
- la ricerca bibliografica nazionale ed internazionale;
- opzionalmente, lo svolgimento di uno stage all'estero.

- In particolare il laureato in grado di:

- riconoscere le variabili ambientali e istituzionali che condizionano le decisioni di impresa in un contesto internazionale;

- costruire ed interpretare i modelli strategici di impresa;

leggere e interpretare gli articoli di economia internazionale.

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

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

BUSINESS ETHICS [url](#)

DIGITAL BUSINESS MODEL AND FAMILY BUSINESS [url](#)

DIGITAL MARKETING AND ANALYTICS [url](#)

GOVERNING SUSTAINABILITY [url](#)

INDUSTRIAL AND TRADE MARKETING [url](#)

INTERNATIONAL ACCOUNTING [url](#)

INTERNATIONAL BUSINESS AND TRADE [url](#)

INTERNATIONAL BUSINESS MANAGEMENT (ADVANCED) [url](#)

MARKET RESEARCH AND CONSUMER MARKETING [url](#)

MARKETING STRATEGIES AND BRAND MANAGEMENT [url](#)

NEW BUSINESS VENTURING [url](#)

PHILANTHROPY, IMPACT AND NEXT GENERATION INVESTMENT [url](#)

STRATEGIC MANAGEMENT ACCOUNTING [url](#)

TIROCINIO II LIVELLO [url](#)

Finanza e Intermediari Finanziari

Conoscenza e comprensione

Il laureato magistrale in Management, Marketing and Finance (MMF) - soprattutto se lo studente sceglie il curriculum Curriculum in Finance - al termine del percorso di studi, tramite la frequenza assidua alle lezioni e ai lavori di gruppo sviluppati durante i corsi impartiti, lo studio individuale e il superamento delle prove di accertamento delle conoscenze, acquisisce gli strumenti teorici, metodologici ed esperienziali atti a comprendere ed analizzare con autonomia di giudizio il funzionamento dei mercati e degli intermediari finanziari internazionali con riferimento alle tematiche sia di governo sia di gestione.

Nello specifico il laureato acquisirà:

- Conoscenza dei principi di funzionamento dei mercati finanziari, della politica monetaria e dei metodi dell'analisi econometria, con particolare riferimento ai mercati finanziari internazionali;
- Conoscenze, abilità e attitudine per comprendere la gestione ed il governo dei processi all'interno di intermediari finanziari operanti in contesti internazionali;
- Competenze e conoscenze manageriali relative alla comprensione e governo di rischi finanziari, di strumenti di valutazione di operazioni finanziarie complesse, di derivati e di tecniche più avanzate per l'analisi dei fenomeni finanziari;
- Conoscenza e gestione di diversi contesti di rischio/incertezza, al fine di impostare correttamente problemi finanziari quantitativamente complessi.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

La laurea magistrale in Management, Marketing and Finance (MMF) sviluppa e permette la sperimentazione concreta delle conoscenze e abilità acquisite nell'area Finanza attraverso:

- lo svolgimento di esercitazioni individuali e di gruppo con studenti e insegnanti italiani e stranieri;
- la risoluzione di casi di studio innovativi con l'applicazione di framework teorici e strumenti di analisi finanziarie, di marketing e manageriali;
- la simulazione di problematiche aziendali e di mercato con l'ausilio di tecnologie digitali;
- l'interazione con imprese nazionali ed internazionali con cui gli studenti sviluppano articolati lavori individuali e di gruppo;
- field project;
- l'attivazione di seminari e testimonianze del mondo imprenditoriale internazionale;
- la ricerca bibliografica nazionale ed internazionale;
- opzionalmente, lo svolgimento di uno stage all'estero.

Il laureato sa pianificare e gestire operazioni di emissione di titoli di debito e di capitale di rischio sui mercati, valutare di credito dei soggetti affidati dagli intermediari finanziari, pianificare e gestire operazioni di finanza strutturata, valutare con metodologie quantitative appropriate una vasta gamma di strumenti finanziari, utilizzare metodologie di valutazione dei rischi finanziari.

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

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

ASSET MANAGEMENT AND PRIVATE BANKING [url](#)
BANK AND INSURANCE MANAGEMENT [url](#)
BLOCKCHAIN AND FINTECH [url](#)
CORPORATE FINANCE AND FINANCIAL INNOVATION [url](#)
MANAGERIAL FINANCE [url](#)
RISK MANAGEMENT AND DERIVATIVES [url](#)
TIROCINIO II LIVELLO [url](#)

Gestione risorse umane e comportamenti organizzativi

Conoscenza e comprensione

Il laureato magistrale in Management, Marketing and Finance (MMF) al termine del percorso di studi, tramite la partecipazione attiva ai corsi, ai lavori di gruppo sviluppati durante i corsi, e lo sviluppo della tesi di laurea, acquista gli strumenti teorici, metodologici ed esperienziali atti ad acquisire conoscenze, le abilità e gli atteggiamenti necessari per operare in ruoli manageriali e imprenditoriali all'interno delle aziende o come consulenti aziendali.

Nello specifico il laureato acquisirà:

- conoscenze relative a abilità e atteggiamenti personali leadership e di lavoro in gruppo multiculturali, allenando le capacità di ascolto, di gestione delle tensioni, di apprendimento innovativo e multiculturale, di iniziativa e di assertività;
- conoscenze di carattere organizzativo, nonché di lettura dei fenomeni organizzativi all'interno delle realtà aziendali internazionali, sia da un punto di vista manageriale e sia da un punto di vista consulenziale;
- conoscenze relative alla gestione strategica delle risorse umane e strumenti specifici di relazioni sindacali in contesti multiculturali.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

La laurea magistrale in Management, Marketing and Finance (MMF) sviluppa e permette la sperimentazione concreta delle conoscenze e abilità acquisite nell'area gestione risorse umane e comportamenti organizzativi in ogni insegnamento attraverso:

- lo svolgimento di esercitazioni individuali e di gruppo con studenti e insegnanti italiani e stranieri;
- la risoluzione di casi di studio innovativi con l'applicazione di framework teorici e strumenti di analisi organizzativi e manageriali;
- Role Play in aula;
- la simulazione di problematiche aziendali e di mercato con l'ausilio di tecnologie digitali;
- l'interazione con imprese nazionali ed internazionali con cui gli studenti sviluppano articolati lavori individuali e di gruppo;
- l'attivazione di seminari e testimonianze del mondo imprenditoriale internazionale;
- la ricerca bibliografica nazionale ed internazionale.

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

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

MANAGING PEOPLE AND ORGANIZATIONAL BEHAVIOUR [url](#)
PSYCHOLOGY OF CONSUMPTION AND FINANCIAL BEHAVIOUR [url](#)
PSYCHOMETRICS [url](#)
SOCIAL TOPICS IN ORGANIZATION [url](#)

Economica

Conoscenza e comprensione

Il laureato al termine del percorso di studi acquisir gli strumenti teorici, metodologici ed culturali atti a comprendere ed analizzare con autonomia di giudizio la complessità di funzionamento dei sistemi economici.

Nello specifico il laureato acquisirà:

- conoscenze riguardanti gli strumenti teorici e metodologici funzionali alla comprensione dei modelli di comportamento di un'economia monetaria internazionale, all'analisi del comportamento delle imprese nelle diverse forme di mercato e all'analisi degli aspetti internazionali del funzionamento del sistema economico,
- conoscenze di natura economica (sia riferite ai modelli di interpretazione del comportamento delle imprese e dei mercati internazionali, sia riferite alla loro rappresentazione econometrica, sia in relazione alla conoscenza degli aggregati economico-finanziari che definiscono il sistema e alle relazioni tra questi aggregati e la politica economica)
- conoscenze e capacità di comprensione degli strumenti e dei modelli di politica economica europea e internazionale.
- Queste competenze sono raggiunte attraverso:
 - la frequenza assidua e attiva alle lezioni;
 - lo studio individuale;
 - il superamento delle prove di accertamento delle competenze.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

La laurea magistrale in Management, Marketing and Finance (MMF) sviluppa e permette la sperimentazione concreta delle conoscenze e abilità acquisite nell'area gestione risorse umane e comportamenti organizzativi attraverso:

- lo svolgimento di esercitazioni individuali e di gruppo con studenti e insegnanti italiani e stranieri;
- l'attivazione di seminari e testimonianze del mondo della ricerca di mercato internazionale.

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

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

BUSINESS HISTORY [url](#)

DIGITAL TRANSFORMATIONS AND POLICIES [url](#)

EUROPEAN ECONOMIC POLICY [url](#)

PERSONNEL ECONOMICS AND HR ANALYTICS [url](#)

SPECIAL ISSUES IN INTERNATIONAL ECONOMICS [url](#)

Matematica Statistico

Conoscenza e comprensione

Il laureato al termine del percorso di studi acquisirà gli strumenti teorici e metodologici (matematici e statistici) utili per l'individuazione e l'elaborazione dei dati necessari ai processi decisionali di impresa o necessari per la comprensione dei modelli che stanno alla base della gestione dei rischi negli intermediari finanziari.

Il laureato acquisirà:

- conoscenze relative alla probabilità e statistica avanzata per la finanza e le decisioni d'impresa internazionali;
- conoscenza degli strumenti matematici utilizzati nelle discipline a carattere aziendale e finanziario;
- i metodi quantitativi di ottimizzazione utili a supportare le decisioni aziendali, soprattutto per la lettura di diversi scenari internazionali

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

La laurea magistrale in Management, Marketing and Finance (MMF) sviluppa e permette la sperimentazione concreta delle conoscenze e abilità acquisite nell'area Matematico Statistica in ogni insegnamento:

- lo svolgimento di esercitazioni individuali e di gruppo con studenti e insegnanti italiani e stranieri;
- la risoluzione di casi di studio innovativi con l'applicazione di modelli matematici avanzati;
- la simulazione di problemi di ottimizzazione manageriale legati a temi strategici e di operation;
- l'utilizzo di software statistici in laboratori informatici.

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

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

CREDIT AND OPERATIONAL RISKS MEASUREMENT [url](#)

PROBABILITY AND STATISTICS FOR BUSINESS AND FINANCE (ADVANCED) [url](#)

Giuridico

Conoscenza e comprensione

Il laureato al termine del percorso di studi acquisisce le conoscenze giuridiche necessarie per l'operatività delle aziende in ambito nazionale e internazionale.

Nello specifico il laureato acquisirà:

- conoscenze avanzate di diritto commerciale internazionale;
- conoscenze avanzate circa la disciplina dell'amministrazione e del controllo delle società e gruppi multinazionali.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

La laurea magistrale in Management, Marketing and Finance (MMF) sviluppa e permette la sperimentazione concreta delle conoscenze e abilità acquisite nell'area giuridica in ogni insegnamento:

- la risoluzione di sentenze internazionali;
- l'attivazione di seminari e testimonianze del mondo imprenditoriale internazionale;
- la ricerca bibliografica nazionale ed internazionale.

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

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

BANKING, INSURANCE AND FINANCIAL MARKETS LAW [url](#)

EMERGING TECHNOLOGIES LAW [url](#)

MARKETS AND COMPANIES LAW (ADVANCED) [url](#)



QUADRO A4.c

Autonomia di giudizio

Abilità comunicative

Capacità di apprendimento

Autonomia di giudizio

L'autonomia di giudizio viene sviluppata attraverso uno studio critico e la discussione in aula di testi e articoli scientifici e manageriali internazionali.

La presenza di database bibliografici, economici, settoriali e d'impresa permettono allo studente di acquisire capacità di lettura ed interpretazione dei dati, degli indici e degli indicatori nazionali ed internazionali.

La discussione di casi di studio e le simulazioni attraverso nuovi sistemi informatici digitali permettono agli studenti di sviluppare un pensiero critico e creativo, volto al problem solving e all'innovazione.

Infine, l'interazione con manager di imprese di diversa dimensione e settore economico permettono agli studenti di apprendere il processo di rielaborazione dei concetti, in forma personale e a confrontarsi con gli altri studenti e i docenti.

Il raggiungimento di tali abilità è comprovato dal superamento delle prove d'esame che si svolgono in forma scritta e orale, nell'ambito della preparazione della prova finale e nello svolgimento delle eventuali presentazioni d'aula durante il corso.

Infine la partecipazione a challenge nazionali ed internazionali come Il Premio per il Marketing, Business Model Hackaton e BSG simulation porta gli studenti al confronto tra pari fuori dal contesto locale, in autonomia ed eventualmente con la supervisione dei docenti.

Abilità comunicative	<p>Grazie alle frequenti presentazioni, previste in molti degli insegnamenti, di report in forma scritta e orale, sia in aula in gruppo e sia singolarmente, il laureato magistrale in Management, Marketing and Finance (MMF) è in grado di:</p> <ul style="list-style-type: none"> - esporre in forma scritta e orale in lingua inglese, in modo efficace e con un linguaggio adeguato a diversi interlocutori; - ha capacità di lavorare in gruppo, gestire lo stress e le situazioni conflittuali e multiculturali; - può comunicare e lavorare agevolmente attraverso diversi sistemi operativi e strumenti digitali che vengono utilizzati comunemente in aula o all'interno dei gruppi di lavoro. <p>L'acquisizione delle abilità comunicative sopraelencate avviene, inoltre, tramite l'attività svolta dallo studente per la preparazione della prova finale e la discussione della medesima in lingua inglese. Anche lo svolgimento dell'eventuale internship in Italia e all'estero permette l'apprendimento e l'applicazione di abilità comunicative complesse.</p>
Capacità di apprendimento	<p>Al termine del percorso di studio il laureato magistrale avrà acquisito capacità di apprendimento che lo renderanno autonomo nell'approfondire e sviluppare le proprie conoscenze e competenze relative alla gestione di aziende, istituzioni ed organizzazioni operanti in mercati internazionali sempre più interdipendenti e competitivi.</p> <p>Il raggiungimento di tali capacità avviene attraverso la discussione in aula di testi e articoli scientifici e manageriali, lo svolgimento e la correzione di lavori individuali e di gruppo, esami (scritti e orali) e attraverso la preparazione della prova finale. L'eventuale internship in Italia e all'estero consente di ricondurre gli schemi concettuali acquisiti alle concrete problematiche delle aziende che operano sia in campo nazionale che internazionale.</p>


QUADRO A5.a

Caratteristiche della prova finale

21/01/2016

La prova finale consiste nella preparazione e nella relativa discussione di una dissertazione scritta, elaborata dal candidato sotto la supervisione di un relatore: la dissertazione deve dimostrare capacità critica e contenere elementi di originalità teorica o empirica.

In particolare la prova finale dovrà prevedere una parte di impostazione teorica e una parte di analisi empirica.

La discussione e la redazione della tesi può essere solo in lingua inglese.


QUADRO A5.b

Modalità di svolgimento della prova finale

29/03/2021

La prova finale consiste nella preparazione e nella relativa discussione di una dissertazione scritta, elaborata dal candidato sotto la supervisione di un relatore: la dissertazione deve dimostrare capacità critica e contenere elementi di originalità teorica o empirica. In particolare la prova finale dovrà prevedere una parte di impostazione teorica e una parte di analisi empirica. La discussione e la redazione della tesi devono essere solo in lingua inglese.

Nell'ipotesi in cui il candidato abbia optato nel proprio percorso formativo per l'attività di tirocinio, la tesi di laurea può consistere nell'analisi di casi ai quali il candidato abbia attivamente partecipato nel corso della suddetta attività, e deve essere

sviluppata sullo sfondo di un adeguato impianto teorico.

Nello svolgimento della prova finale è possibile, nella parte empirica, fare riferimento all'esperienza maturata durante l'attività di tirocinio, che, qualora coerente con i temi trattati dalla prova e rielaborata adeguatamente, può fungere da caso empirico e produrre risultati originali.

Il relatore può essere un docente o un ricercatore o un docente a contratto dell'Università degli Studi di Bergamo. Il Consiglio di Dipartimento definisce le modalità di assegnazione delle tesi e delle relazioni ai relatori garantendo il più largo ricorso alle competenze a disposizione del Dipartimento e una equilibrata ripartizione dei carichi relativi.

Il relatore ha il compito di concordare con lo studente il titolo e i riferimenti bibliografici, di seguirne la preparazione e di presentare alla Commissione la sua valutazione in merito.

Il relatore, qualora lo ritenesse opportuno, può proporre la nomina di un 'correlatore', un esperto di provata competenza nell'argomento della tesi. Questi assisterà il relatore nella fase preparatoria e fornirà la sua testimonianza alla Commissione prima della formulazione del voto.

Commissione e valutazione della prova finale di laurea magistrale

La composizione della Commissione per la valutazione dell'esame finale di laurea magistrale, unitamente al calendario dei lavori, è stabilita dal Direttore di Dipartimento, e comunque sotto la sua responsabilità nel caso di delega dell'incarico ad altri docenti.

La Commissione è composta da non meno di 5 membri ed è costituita in maggioranza da professori e ricercatori del Dipartimento. Almeno un membro della Commissione deve essere un Professore di prima o seconda fascia. Le funzioni di Presidente della Commissione sono svolte, ove presente, dal Presidente del Consiglio di Corso di studio o dal Professore di prima o seconda fascia più anziano nel ruolo.

Potranno far parte della Commissione giudicatrice della prova finale anche professori di Dipartimenti diversi da quelli cui sono iscritti i candidati, nonché professori non di ruolo in servizio nell'Ateneo nell'anno accademico interessato, entro un numero massimo di 4.

La Commissione deve esprimere il proprio giudizio tenendo conto dell'intero percorso di studi dello studente, e deve valutare la maturità culturale, la capacità di elaborazione intellettuale personale, nonché la qualità del lavoro svolto.

Ai fini del superamento dell'esame finale è necessario conseguire il punteggio minimo di 66/110. L'eventuale attribuzione della lode, in aggiunta al punteggio massimo di 110/110, è subordinata all'accertata rilevanza dei risultati raggiunti dal candidato e alla valutazione unanime della Commissione.

In via di progressiva ulteriore gradazione la Commissione all'unanimità può conferire la dignità di stampa.

La valutazione di partenza è data dalla media curricolare ponderata, con i corrispondenti crediti formativi, dei voti conseguiti nelle singole valutazioni di profitto (esami valutati in trentesimi), espressa in centodecimi dei voti.

La media curricolare finale viene arrotondata all'unità, per difetto qualora il punteggio abbia decimali inferiori a 0,50 e per eccesso se abbia decimali pari o superiori a 0,50.

La Commissione potrà disporre di un massimo di 9 punti da sommare alla media curricolare, con la sola eccezione del caso in cui tale punteggio sia 100/110.

Per un numero di punti superiore a 6, il relatore dovrà aver fatto pervenire al Servizio Studenti, almeno una settimana prima della data di discussione, una lettera circostanziata (da allegarsi al verbale) indirizzata al Presidente della Commissione che illustri i particolari pregi della tesi.

La lettera potrà essere presentata tramite e-mail, o in forma cartacea al Servizio Studenti. La lettera non è necessaria nel solo caso in cui si vogliano assegnare 7 punti di tesi a partire da un punteggio di base di 92/110 o di 103/110. Il Servizio Studenti provvederà a recapitare copia di tale lettera a tutti i membri della Commissione.

Per ulteriori specifiche su modalità, termini e adempimenti amministrativi si rinvia al Regolamento prove finali di laurea magistrale pubblicato sul sito del Corso di Studio.

Il corso di studio provvede al rilascio, su richiesta degli interessati, di un certificato che riporta le principali indicazioni relative al curriculum specifico seguito da ogni studente per conseguire il titolo, anche in lingua inglese e secondo modelli conformi a quelli adottati dai Paesi europei.

Link : <https://ls-mmf.unibg.it/en/node/104>

**Curriculum: International management and Digital business**

Attività caratterizzanti	settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
Aziendale	SECS-P/10 Organizzazione aziendale ↳ <i>MANAGING PEOPLE AND ORGANIZATIONAL BEHAVIOUR (1 anno) - 12 CFU - annuale - obbl</i>	48	48	42 - 48
	SECS-P/08 Economia e gestione delle imprese ↳ <i>DIGITAL BUSINESS MODEL AND FAMILY BUSINESS (1 anno) - 12 CFU - annuale - obbl</i>			
	↳ <i>INTERNATIONAL BUSINESS AND TRADE (1 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i>			
	↳ <i>NEW BUSINESS VENTURING (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>			
	↳ <i>INTERNATIONAL BUSINESS MANAGEMENT (ADVANCED) (2 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i>			
Economico	SECS-P/12 Storia economica ↳ <i>BUSINESS HISTORY (2 anno) - 6 CFU - semestrale</i>	24	12	12 - 12
	SECS-P/02 Politica economica ↳ <i>PERSONNEL ECONOMICS AND HR ANALYTICS (1 anno) - 6 CFU - semestrale</i>			
	↳ <i>DIGITAL TRANSFORMATIONS AND POLICIES (2 anno) - 6 CFU - semestrale</i>			
	SECS-P/01 Economia politica ↳ <i>SPECIAL ISSUES IN INTERNATIONAL ECONOMICS (1 anno) - 6 CFU - semestrale</i>			

Statistico-matematico	SECS-S/03 Statistica economica	9	9	9 - 9
	↳ <i>STATISTICS FOR MANAGEMENT (1 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i>			
Giuridico	IUS/05 Diritto dell'economia	12	6	6 - 6
	↳ <i>EMERGING TECHNOLOGIES LAW (1 anno) - 6 CFU - semestrale</i>			
	IUS/04 Diritto commerciale			
	↳ <i>MARKETS AND COMPANIES LAW (ADVANCED) (1 anno) - 6 CFU - semestrale</i>			
Minimo di crediti riservati dall'ateneo: - (minimo da D.M. 48)				
Totale attività caratterizzanti			75	69 - 75

Attività affini	settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
Attività formative affini o integrative	SECS-P/09 Finanza aziendale	18	12	12 - 18 min 12
	↳ <i>MANAGERIAL FINANCE (2 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>			
	SECS-P/08 Economia e gestione delle imprese			
	↳ <i>PHILANTHROPY, IMPACT AND NEXT GENERATION INVESTMENT (2 anno) - 6 CFU - semestrale</i>			
	M-PSI/06 Psicologia del lavoro e delle organizzazioni			
	↳ <i>PSYCHOLOGY OF CONSUMPTION AND FINANCIAL BEHAVIOUR (2 anno) - 6 CFU - semestrale</i>			
Totale attività Affini			12	12 - 18

Altre attività	CFU	CFU Rad
A scelta dello studente	12	12 - 15

Per la prova finale		15	15 - 15
Ulteriori attività formative (art. 10, comma 5, lettera d)	Ulteriori conoscenze linguistiche	-	0 - 6
	Abilità informatiche e telematiche	-	-
	Tirocini formativi e di orientamento	-	0 - 6
	Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro	-	0 - 6
Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. d		6	
Per stages e tirocini presso imprese, enti pubblici o privati, ordini professionali		-	-
Totale Altre Attività		33	33 - 48

CFU totali per il conseguimento del titolo

120

CFU totali inseriti nel curriculum *International management and Digital business*:

120 114 - 141

Curriculum: Marketing management

Attività caratterizzanti	settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
Aziendale	SECS-P/10 Organizzazione aziendale ↳ <i>SOCIAL TOPICS IN ORGANIZATION (2 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>	45	45	42 - 48
	SECS-P/08 Economia e gestione delle imprese ↳ <i>MARKETING STRATEGIES AND BRAND MANAGEMENT (1 anno) - 12 CFU - annuale - obbl</i>			
	↳ <i>MARKET RESEARCH AND CONSUMER MARKETING (1 anno) - 12 CFU - annuale - obbl</i>			
	↳ <i>INDUSTRIAL AND TRADE MARKETING (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>			
	↳ <i>INTERNATIONAL BUSINESS AND TRADE (2 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i>			
	SECS-P/12 Storia economica ↳ <i>BUSINESS HISTORY (2 anno) - 6 CFU - semestrale</i>			

Economico	SECS-P/02 Politica economica	24	12	12 - 12
	↳ <i>EUROPEAN ECONOMIC POLICY (1 anno) - 6 CFU - semestrale</i>			
	↳ <i>DIGITAL TRANSFORMATIONS AND POLICIES (2 anno) - 6 CFU - semestrale</i>			
	SECS-P/01 Economia politica			
	↳ <i>SPECIAL ISSUES IN INTERNATIONAL ECONOMICS (1 anno) - 6 CFU - semestrale</i>			
Statistico-matematico	SECS-S/03 Statistica economica	18	9	9 - 9
	↳ <i>STATISTICS FOR MANAGEMENT (1 anno) - 9 CFU - semestrale</i>			
	SECS-S/01 Statistica			
	↳ <i>PROBABILITY AND STATISTICS FOR BUSINESS AND FINANCE (ADVANCED) (1 anno) - 9 CFU - semestrale</i>			
Giuridico	IUS/05 Diritto dell'economia	12	6	6 - 6
	↳ <i>BANKING, INSURANCE AND FINANCIAL MARKETS LAW (1 anno) - 6 CFU - semestrale</i>			
	↳ <i>EMERGING TECHNOLOGIES LAW (1 anno) - 6 CFU - semestrale</i>			
Minimo di crediti riservati dall'ateneo: - (minimo da D.M. 48)				
Totale attività caratterizzanti			72	69 - 75

Attività affini	settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
Attività formative affini o	M-PSI/06 Psicologia del lavoro e delle organizzazioni			
	↳ <i>PSYCHOLOGY OF CONSUMPTION AND FINANCIAL BEHAVIOUR (2 anno) - 6 CFU - semestrale</i>			
	SECS-P/09 Finanza aziendale	21	15	12 - 18 min
	<i>CORPORATE FINANCE AND FINANCIAL INNOVATION (1 anno) - 9 CFU</i>			

integrative	↳ - <i>semestrale - obbl</i>			12
	SECS-P/08 Economia e gestione delle imprese			
	↳ <i>DIGITAL MARKETING AND ANALYTICS (2 anno) - 6 CFU - semestrale</i>			
Totale attività Affini			15	12 - 18

Altre attività		CFU	CFU Rad
A scelta dello studente		12	12 - 15
Per la prova finale		15	15 - 15
Ulteriori attività formative (art. 10, comma 5, lettera d)	Ulteriori conoscenze linguistiche	-	0 - 6
	Abilità informatiche e telematiche	-	-
	Tirocini formativi e di orientamento	-	0 - 6
	Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro	-	0 - 6
Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. d		6	
Per stages e tirocini presso imprese, enti pubblici o privati, ordini professionali		-	-
Totale Altre Attività		33	33 - 48

CFU totali per il conseguimento del titolo **120**

CFU totali inseriti nel curriculum *Marketing management*: 120 114 - 141

Curriculum: Banking and Finance

Attività caratterizzanti	settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
	SECS-P/11 Economia degli intermediari finanziari			
	↳ <i>ASSET MANAGEMENT AND PRIVATE BANKING (1 anno) - 9 CFU - semestrale</i>			
	↳ <i>BANK AND INSURANCE MANAGEMENT (1 anno) - 9 CFU - semestrale</i>			

Aziendale	↳ ASSET MANAGEMENT AND PRIVATE BANKING (2 anno) - 6 CFU - semestrale	66	42	42 - 48
	↳ BANK AND INSURANCE MANAGEMENT (2 anno) - 6 CFU - semestrale			
	↳ RISK MANAGEMENT AND DERIVATIVES (2 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl			
	SECS-P/08 Economia e gestione delle imprese			
	↳ INTERNATIONAL BUSINESS AND TRADE (1 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl			
	SECS-P/07 Economia aziendale			
	↳ INTERNATIONAL ACCOUNTING (1 anno) - 9 CFU - annuale - obbl			
↳ STRATEGIC MANAGEMENT ACCOUNTING (1 anno) - 9 CFU - semestrale				
Economico	SECS-P/02 Politica economica	18	12	12 - 12
	↳ DIGITAL TRANSFORMATIONS AND POLICIES (2 anno) - 6 CFU - semestrale			
	↳ EUROPEAN ECONOMIC POLICY (2 anno) - 6 CFU - semestrale			
SECS-P/01 Economia politica				
↳ SPECIAL ISSUES IN INTERNATIONAL ECONOMICS (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl				
Statistico-matematico	SECS-S/01 Statistica	9	9	9 - 9
	↳ PROBABILITY AND STATISTICS FOR BUSINESS AND FINANCE (ADVANCED) (1 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl			
Giuridico	IUS/05 Diritto dell'economia	12	6	6 - 6
	↳ BANKING, INSURANCE AND FINANCIAL MARKETS LAW (1 anno) - 6 CFU - semestrale			
	IUS/04 Diritto commerciale			
	↳ MARKETS AND COMPANIES LAW (ADVANCED) (1 anno) - 6 CFU - semestrale			

Minimo di crediti riservati dall'ateneo: - (minimo da D.M. 48)

Totale attività caratterizzanti	69	69 - 75
--	----	------------

Attività affini	settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
Attività formative affini o integrative	SECS-S/06 Metodi matematici dell'economia e delle scienze attuariali e finanziarie ↳ <i>CREDIT AND OPERATIONAL RISKS MEASUREMENT (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>	15	15	12 - 18 min 12
	SECS-P/09 Finanza aziendale ↳ <i>CORPORATE FINANCE AND FINANCIAL INNOVATION (1 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i>			
Totale attività Affini			15	12 - 18

Altre attività		CFU	CFU Rad
A scelta dello studente		15	12 - 15
Per la prova finale		15	15 - 15
Ulteriori attività formative (art. 10, comma 5, lettera d)	Ulteriori conoscenze linguistiche	-	0 - 6
	Abilità informatiche e telematiche	-	-
	Tirocini formativi e di orientamento	-	0 - 6
	Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro	-	0 - 6
Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. d		6	
Per stages e tirocini presso imprese, enti pubblici o privati, ordini professionali		-	-
Totale Altre Attività		36	33 - 48

CFU totali per il conseguimento del titolo

120

CFU totali inseriti nel curriculum *Banking and Finance*:

120

114 - 141



Corso di Laurea Magistrale in

MANAGEMENT, MARKETING and FINANCE

Classe delle Lauree Magistrali n. 77 - Scienze economico- aziendali

<https://ls-mmf.unibg.it/en>

lingua del CdS: INGLESE

1) curriculum: **International management and digital business**

PIANO DI STUDI A.A. 2021/2022

codice	SSD	attività didattiche 1° ANNO	CFU	ore lez	TAF	ambito	semestre	mutuazioni 1° anno
134005-ENG	SECS-S/03	Statistics for Management	9	72	B	statistico- matematico	1	
		scelta tra:						
910002-ENG	IUS/04	Markets and Companies Law (advanced)	6	48	B	giuridico	1	GIUR
65103	IUS/05	Emerging Technologies Law		36			2	
910004-ENG	SECS-P/08	International Business and Trade	9	72	B	aziendale	2	
164005-ENG	SECS-P/10	Managing People and Organizational Behaviour	12	96	B	aziendale	1+2	
164008-ENG	SECS-P/08	New Business Venturing	6	48	B	aziendale	1	
164006-ENG	SECS-P/08	Digital Business Model and Family Business	12	96	B	aziendale	1+2	
		scelta tra:						
164004-ENG	SECS-P/01	Special Issues in International Economics	6	48	B	economico	2	EDA
149013-ENG	SECS-P/02	Personnel Economics and HR analytics					2	
TOTALE PRIMO ANNO			60	60				

codice	SSD	attività didattiche 2° ANNO	CFU	ore lez	TAF	ambito	semestre*
134003-ENG	SECS-P/09	Managerial Finance	6	48	C	affini	2
		scelta tra:					
149014-ENG	SECS-P/02	Digital Transformations and Policies	6	48	B	economico	2
164003-ENG	SECS-P/12	Business History					1
		scelta tra:					
164015-ENG	M-PSI-06	Psychology of Consumption and Financial Behaviour	6	48	C	affini	2
164016-ENG	SECS-P/08	Philanthropy, Impact and Next Generation Investment					2
910010-ENG	SECS-P/08	International Business Management (advanced)	9	72	B	aziendale	1
		scelta tra:					
134006-ENG	SECS-P/10	Social Topics in Organization	6	48	F		1
164017-ENG	SECS-P/08	Digital Marketing and Analytics		48			1
90025		Stage/internship					
		Elective courses	12		D		
164001-ENG		Final dissertation	15		E	per la prova finale	
TOTALE SECONDO ANNO			60				
TOTALE CFU PER IL CONSEGUIMENTO DEL TITOLO			120				

TAF Tipologia attività formative nell'Ordinamento didattico

- B Attività formative caratterizzanti
- C Attività formative affini o integrative
- D Altre attività - A scelta dello studente
- E Altre attività - per la prova finale e la lingua straniera
- F Ulteriori attività Formative

NOTE

* Gli insegnamenti previsti al 2° anno potranno subire delle modifiche di semestre in fase di programmazione didattica relativa all'a.a. 2022/2023.

Mutuazioni a.a. 2021/2022 (primo anno):

GIUR	Corso di laurea a ciclo unico in Giurisprudenza
EDA	Corso di laurea magistrale in Economics and Data Analysis

PIANO DI STUDI A.A. 2021/2022

codice	SSD	attività didattiche 1° ANNO	CFU	ore lez	TAF	ambito	semestre	mutuazioni 1° anno
164010-ENG	SECS-P/08	Market Research and Consumer Marketing	12	96	B	aziendale	1+2	
164009-ENG	SECS-P/08	Marketing Strategies and Brand Management	12	96	B	aziendale	1+2	
164011-ENG	SECS-P/08	Industrial and Trade Marketing	6	48	B	aziendale	2	
164007-ENG	SECS-P/09	Corporate Finance and Financial Innovation	9	72	C	affini	2	
		scelta tra						
134005-ENG	SECS-S/03	Statistics for Management	9	72	B	statistico-matematico	1	
910001-ENG	SECS-S/01	Probability and Statistics for Business and Finance (advanced)					1	
		scelta tra:						
164004-ENG	SECS-P/01	Special Issues in International Economics	6	48	B	economico	2	
149006-ENG	SECS-P/02	European Economic Policy					1	EDA
		scelta tra:						
65103	IUS/05	Emerging Technologies Law	6	36	B	giuridico	2	GIUR
164002-ENG	IUS/05	Banking, Insurance and Financial Markets Law		48			2	
TOTALE PRIMO ANNO			60					

codice	SSD	attività didattiche 2° ANNO	CFU	ore lez	TAF	ambito	semestre*
134006-ENG	SECS-P/10	Social Topics in Organization	6	48	B	aziendale	1
910004-ENG	SECS-P/08	International Business and Trade	9	72	B	aziendale	2
		scelta tra:					
149014-ENG	SECS-P/02	Digital Transformations and Policies	6	48	B	economico	2
164003-ENG	SECS-P/12	Business History					1
		scelta tra:					
164017-ENG	SECS-P/08	Digital Marketing and Analytics	6	48	C	affini	1
164015-ENG	M-PSI-06	Psychology of Consumption and Financial Behaviour					2
		scelta tra:					
900004MOD2	SECS-P/07	Governing Sustainability	6	48	F	altre attività	2
149011-ENG	SECS-S/03	Text Mining and Sentiment Analysis		48			2
640014-ENG	M-PSI/03	Psychometrics		30			1
90025		Stage/internship					
		Elective courses	12		D		
164001-ENG		Final dissertation	15		E		
TOTALE SECONDO ANNO			60				
TOTALE CFU PER IL CONSEGUIMENTO DEL TITOLO			120				

TAF Tipologia attività formative nell'Ordinamento didattico

- B Attività formative caratterizzanti
- C Attività formative affini o integrative
- D Altre attività - A scelta dello studente
- E Altre attività - per la prova finale e la lingua straniera
- F Ulteriori attività Formative

NOTE

* Gli insegnamenti previsti al 2° anno potranno subire delle modifiche di semestre in fase di programmazione didattica relativa all'a.a. 2022/2023.

Mutuazioni a.a. 2021/2022 (primo anno):

GIUR	Corso di laurea a ciclo unico in Giurisprudenza
EDA	Corso di laurea magistrale in Economics and Data Analysis

PIANO DI STUDI A.A. 2021/2022

codice	SSD	attività didattiche 1° ANNO	CFU	ore lez	TAF	ambito	semestre	mutuazioni 1° anno
910001-ENG	SECS-S/01	Probability and Statistics for Business and Finance (advanced)	9	72	B	statistico-matematico	1	
910005-ENG	SECS-P/07	International Accounting	9	72	B	aziendale	1+2	EADAP
		scelta tra:						
164013-ENG	SECS-P/11	Bank and Insurance Management	9	72	B	aziendale	1	EADAP
900003-ENG	SECS-P/07	Strategic Management Accounting					1	
164014-ENG	SECS-P/11	Asset Management and Private Banking					1	
164007-ENG	SECS-P/09	Corporate Finance and Financial Innovation	9	72	C	affini	2	
164004-ENG	SECS-P/01	Special Issues in International Economics	6	48	B	economico	2	
		scelta tra:						
910002-ENG	IUS/04	Markets and Companies Law (advanced)	6	48	B	giuridico	1	
164002-ENG	IUS/05	Banking, Insurance and Financial Markets Law					2	
910004-ENG	SECS-P/08	International Business and Trade	9	72	B	aziendale	2	
910009-ENG	SECS-S/06	Credit and Operational Risks Measurement	6	48	C	affini	2	

63

codice	SSD	attività didattiche 2° ANNO	CFU	ore lez	TAF	ambito	semestre*
910011-ENG	SECS-P/11	Risk Management and Derivatives	9	72	B	aziendale	1
		scelta tra					
149006-ENG	SECS-P/02	European Economic Policy	6	48	B	economico	1
149014-ENG	SECS-P/02	Digital Transformations and Policies					2
		scelta tra					
164013-ENG	SECS-P/11	Bank and Insurance Management	6	48	B	aziendale	1
164014-ENG	SECS-P/11	Asset Management and Private Banking					1
		scelta tra					
90017-ENG	SECS-P/07	Business Ethics	6	48	F	Altre attività	1
162004-M2	SECS-P/09	Blockchain and fintech		48			1
164016-ENG	SECS-P/08	Philanthropy, Impact and Next Generation Investment		48			2
164015-ENG	M-PSI-06	Psychology of Consumption and Financial Behaviour		48			2
90025		Stage/internship					
		Elective courses	15		D		
164001-ENG		Final dissertation	15		E	per la prova finale	

TOTALE SECONDO ANNO**57****TOTALE CFU PER IL CONSEGUIMENTO DEL TITOLO****120****TAF Tipologia attività formative nell'Ordinamento didattico**

- B Attività formative caratterizzanti
- C Attività formative affini o integrative
- D Altre attività - A scelta dello studente
- E Altre attività - per la prova finale e la lingua straniera
- F Ulteriori attività Formative

NOTE

* Gli insegnamenti previsti al 2° anno potranno subire delle modifiche di semestre in fase di programmazione didattica relativa all'a.a. 2022/2023.

Mutuazioni a.a. 2021/2022 (primo anno):

EADAP Corso di laurea magistrale in Economia aziendale, direzione amministrativa e professione

Frequenza

I corsi non prevedono l'obbligo di frequenza, tuttavia essa è fortemente consigliata. I tirocini richiedono invece la frequenza obbligatoria.

Propedeuticità

Non sono previste regole di propedeuticità tra gli insegnamenti del Corso di studio.

Regole di mobilità fra i curricula del Corso di Studio.

Il piano didattico del Corso prevede l'articolazione nei seguenti tre curricula:

- International Management and Digital Business
- Marketing Management
- Banking and Finance

Lo studente deve scegliere il curriculum all'atto dell'immatricolazione e potrà chiedere di passare ad altro curriculum solamente in fase di presentazione del piano di studio per l'anno successivo.

Prove di verifica delle attività formative

Le attività formative si concludono con un esame con votazione in trentesimi ovvero con un giudizio di idoneità. Le modalità di svolgimento delle verifiche (forma orale, scritta o pratica ed eventuali loro combinazioni; verifiche individuali ovvero di gruppo) e la possibilità di effettuare prove intermedie sono stabilite nel programma dell'insegnamento.

Attività formative autonomamente scelte dallo studente ("scelta libera dello studente")

Lo studente può inserire nel piano di studi attività formative autonomamente scelte purché coerenti con il progetto formativo. Per l'acquisizione dei relativi crediti è richiesto il superamento dell'esame o di altra forma di verifica del profitto.

Il piano didattico indica un insieme di attività già dichiarate coerenti dal Consiglio di corso di studio. La proposta di attività diverse da quelle suggerite sarà sottoposta all'approvazione del Consiglio di Corso di studio.

Presentazione del piano di studio

Gli studenti in corso sono tenuti a presentare il piano di studi ogni anno secondo i tempi e le modalità comunicate dalla Segreteria studenti nella GUIDA DELLO STUDENTE e pubblicate nel sito del Corso di studio nella sezione PIANO DI STUDIO. In sede di presentazione del Piano di Studio lo studente ha la possibilità di effettuare le scelte previste dai singoli gruppi di scelta del piano didattico con le modalità indicate nel piano stesso e potrà chiedere di modificare tali scelte solamente in fase di presentazione del piano di studio per l'anno successivo.

Regolamento didattico

Il regolamento didattico (parte normativa e parte didattica) è pubblicato nel sito del Corso di studio.