



UNIVERSITÀ  
DI TRENTO

# REGOLAMENTO DIDATTICO DEL CORSO DI LAUREA MAGISTRALE IN MANAGEMENT



---

**REGOLAMENTO DIDATTICO DEL CORSO DI LAUREA MAGISTRALE IN MANAGEMENT**

**INDICE**

Art. 1 – Caratteristiche generali del progetto formativo .....	3
Art. 2 – Obiettivi formativi specifici, risultati di apprendimento attesi e sbocchi occupazionali .....	3
Art. 3 – Requisiti di accesso al corso di studio .....	3
Art. 4 – Trasferimenti in ingresso, passaggi di corso .....	7
Art. 5 – Organizzazione del percorso formativo .....	8
Art. 6 – Piano di studi e iscrizione agli anni di corso .....	11
Art. 7 – Opportunità offerte durante il percorso formativo .....	11
Art. 8 – Conseguimento del titolo .....	12
Art. 9 – Iniziative per l’assicurazione della qualità .....	14
Art. 10 – Norme finali e transitorie .....	14
Tabella 1 – Obiettivi delle attività formative del corso di Laurea magistrale in Management previste per le coorti di studenti iscritti all’a.a. 2024/2025 e successive .....	15
Tabella 2 – Articolazione del corso di Laurea Magistrale in Management prevista per la coorte di studenti iscritti all’a.a. 2024/2025 e successive .....	24



---

**REGOLAMENTO DIDATTICO DEL CORSO DI LAUREA MAGISTRALE IN MANAGEMENT**

***Art. 1 – Caratteristiche generali del progetto formativo***

1. Il corso di laurea magistrale in Management appartiene alla classe MIUR LM-77 Scienze economico-aziendali (ai sensi del DM 16 marzo 2007).
2. La struttura didattica responsabile del corso di studio è il Dipartimento di Economia e Management dell'Università degli Studi di Trento (in seguito Dipartimento).
3. La sede di erogazione del corso di laurea magistrale in Management è il Dipartimento di Economia e Management dell'Università degli studi di Trento, sita in via Inama, 5, Trento.
4. Il presente regolamento è redatto in conformità con l'ordinamento didattico approvato dal MIUR nell'a.a. 2011-12 e si applica agli studenti immatricolati a partire dall'a.a. 2024/2025.
5. Il Responsabile e l'Organo di gestione del corso di studio sono indicati in University, nella sezione Presentazione, in ogni anno accademico di attivazione del corso di studio. Nel presente regolamento si fa rinvio a University e alle informazioni relative al presente corso di studio in essa contenute, consultando l'offerta formativa al link <https://www.university.it>.

***Art. 2 – Obiettivi formativi specifici, risultati di apprendimento attesi e sbocchi occupazionali***

1. Gli obiettivi formativi specifici del corso di studio e i risultati di apprendimento attesi sono descritti in University, nella specifica sezione del Quadro A4, per ogni coorte di studenti e studentesse associata a ciascun anno accademico di attivazione del corso di studio.
2. Gli sbocchi occupazionali e professionali sono descritti in University, nella specifica sezione del Quadro A2.

***Art. 3 – Requisiti di accesso al corso di studio***

1. Il Consiglio di Dipartimento propone annualmente l'eventuale numero programmato e le modalità di selezione dei candidati, entro le scadenze previste dalla vigente normativa, e comunque in tempo utile per un'adeguata informazione.
2. L'ammissione alla laurea magistrale in Management è subordinata alla verifica dei requisiti curriculari e dell'adeguatezza della personale preparazione, che va obbligatoriamente verificata, come di seguito



---

**REGOLAMENTO DIDATTICO DEL CORSO DI LAUREA MAGISTRALE IN MANAGEMENT**

specificato.

Non è in ogni caso ammessa l'assegnazione di debiti formativi od obblighi formativi aggiuntivi.

a) Requisiti curriculari generali:

- essere in possesso di un titolo di laurea di primo livello conseguito in Università italiane o di altro titolo di studio conseguito all'estero, riconosciuto idoneo<sup>1</sup>.

b) Requisiti curriculari specifici:

- avere acquisito 50 CFU nei seguenti ambiti di saperi ricondotti a un numero minimo di CFU per gruppi di settori scientifico disciplinari, come indicato nella tabella che segue:

Ambito economico

CFU minimi: 12

Settori scientifico disciplinari: SECS-P/01 Economia politica, SECS-P/02 Politica economica, SECS-P/03 Scienza delle finanze, SECS-P/06 Economia applicata, SECS-P/12 Storia economica.

Contenuti: Possedere una piattaforma concettuale, terminologica e teorica della scienza economica, ed una conoscenza di base (introduzione) della teoria neoclassica, che integri temi microeconomici e temi macroeconomici. Possedere un insieme articolato di conoscenze e capacità, segnaletico della sensibilità acquisita verso lo studio dei sistemi economici.

Ambito aziendale

CFU minimi: 18 (di cui almeno 6 in SECS-P/07- contabilità)

Settori scientifico disciplinari: SECS-P/07 Economia aziendale, SECS-P/08 Economia e gestione delle imprese, SECS-P/09 Finanza aziendale, SECS-P/10 Organizzazione aziendale, SECS-P/11 Economia degli intermediari finanziari, SECS-P/13 Scienze merceologiche.

Contenuti:

Conoscenze:

- sistema delle rilevazioni inteso a misurare il grado di efficienza dei processi attraverso i quali le aziende producono valore. Concetti di valore e risultato;

---

<sup>1</sup> Il titolo deve essere conseguito entro la data stabilita annualmente dal Dipartimento in linea con le tempistiche definite per le immatricolazioni ai corsi di laurea magistrale dell'Ateneo



---

**REGOLAMENTO DIDATTICO DEL CORSO DI LAUREA MAGISTRALE IN MANAGEMENT**

- fondamenti di contabilità aziendale, di analisi finanziaria e di controllo di gestione;
- procedimenti di determinazione delle misure di sintesi delle grandezze economiche, finanziarie e patrimoniali.

Le decisioni di investimento: proiezione dei flussi finanziari e criteri di valutazione.

Le decisioni di finanziamento: gli strumenti di finanziamento, la struttura finanziaria ottimale e il costo del capitale. Il valore di mercato dell'impresa.

Capacità:

- redazione dei principali documenti e rapporti utilizzati nella comunicazione economico-finanziaria, verso l'interno e l'esterno dell'azienda, ovvero il bilancio d'esercizio, le analisi di bilancio;
- consolidate conoscenze di contabilità nell'ambito del sistema informativo aziendale, del bilancio d'esercizio, da un punto di vista contabile e dal punto di vista della problematica delle valutazioni di bilancio;
- cenni all'analisi finanziaria dell'impresa attraverso l'utilizzo del dato contabile.

---

Ambito giuridico

CFU minimi: 8

Settori scientifico disciplinari: IUS-01, IUS-05, IUS/04, IUS-09.

Contenuti:

Conoscenze in materia di:

- sistema delle fonti del diritto;
- soggetti giuridici e relative situazioni soggettive attive e passive;
- organizzazione e funzionamento delle istituzioni pubbliche che producono e applicano il diritto;
- modalità e strumenti di regolazione dei rapporti giuridici fra soggetti privati;
- sistema della tutela e istituzioni della giustizia;
- tematiche fondamentali concernenti l'imprenditore individuale e collettivo, con specifico riferimento all'attività di impresa, all'azienda, alle società di persone, di capitali e cooperative, ai titoli di credito e alle conseguenze della crisi dell'impresa.

Capacità di:

- individuare e collocare correttamente le fonti giuridiche che disciplinano i rapporti fra i soggetti economici;
- inquadrare i soggetti economici nell'intreccio dei diritti e degli obblighi connessi all'esercizio della loro attività;



---

**REGOLAMENTO DIDATTICO DEL CORSO DI LAUREA MAGISTRALE IN MANAGEMENT**

- individuare le modalità e gli strumenti attraverso cui le istituzioni pubbliche condizionano l'andamento dell'economia;
- individuare le modalità e gli strumenti attraverso cui vengono regolati giuridicamente i rapporti tra gli attori economici;
- riconoscere i principali mezzi di tutela giurisdizionale.

Ambito statistico-matematico

CFU minimi: 12

Settori scientifico disciplinari: SECS-S/01 Statistica, SECS-S/03 Statistica economica, SECS-S/06 Metodi matematici dell'economia e delle scienze attuariali e finanziarie.

Contenuti: Possedere gli strumenti fondamentali necessari ad una analisi quantitativa dell'economia, quali il calcolo differenziale per le funzioni di una o più variabili, l'algebra lineare e l'ottimizzazione libera e vincolata.

Possedere le basi dell'analisi dei dati e gli strumenti per lo studio, l'interpretazione e la descrizione di un qualsivoglia fenomeno attraverso rappresentazioni grafiche, misure di sintesi e la costruzione di modelli di base per le applicazioni nell'economia e nel management.

Possedere gli elementi di base del calcolo delle probabilità e dell'inferenza statistica quale insieme di teorie, metodi e tecniche di analisi quantitativa finalizzata allo studio di problemi economici ed aziendali. Mostrare capacità di saper elaborare brevi report statistici.

Il possesso dei requisiti curriculari è accertato, di norma, mediante la valutazione del curriculum studiorum.

Per gli studenti per i quali non saranno rilevabili le conoscenze richieste sulla base del solo curriculum, potranno essere adottate anche forme alternative di accertamento, quali ad esempio:

- appositi test somministrati direttamente;
- un colloquio incentrato sulle discipline, da svolgersi anche in tele-fono conferenza.

I laureati che non risultano in possesso dei crediti richiesti come requisiti minimi curriculari di cui ai commi precedenti, possono chiedere la valutazione del curriculum, a seguito della quale verranno loro indicati gli esami da sostenere con esito positivo per il raggiungimento dei requisiti minimi richiesti.

c) Requisiti di personale preparazione.



---

## REGOLAMENTO DIDATTICO DEL CORSO DI LAUREA MAGISTRALE IN MANAGEMENT

Per l'accesso alla laurea magistrale in Management è richiesto il possesso di una adeguata personale preparazione, così descritta:

- buona capacità nella lettura e nel commento di dati riferiti all'andamento economico delle imprese e del contesto economico-finanziario;
- buone capacità analitiche nell'affrontare problemi di natura quantitativa;
- buona dimestichezza con le tecniche di base della statistica descrittiva;
- buona capacità di analisi di problemi di tipo economico e aziendale.
- conoscenza della lingua Inglese di livello B1 o equivalente

L'adeguatezza della personale preparazione è verificata secondo i seguenti criteri: svolgimento di una prova di valutazione disciplinare da superare con esito positivo che può prevedere il sostenimento di un test e/o di un colloquio.

Sono esonerati dalla prova di valutazione disciplinare gli studenti e le studentesse che abbiano una media ponderata dei voti ottenuti nella carriera di primo livello pari o superiore a 23/30.

Ogni anno nel bando di ammissione al corso di studio verrà specificato il metodo di verifica, test e/o colloquio.

La padronanza della lingua inglese almeno pari al livello B1 o equivalente, è verificabile di norma sulla base dei risultati dei test internazionalmente riconosciuti o di valutazioni del livello di conoscenza posseduto rilasciate da UniTrento o altra università.

I laureati in possesso di titolo conseguito all'estero dovranno altresì dimostrare di avere la padronanza della lingua italiana almeno pari al livello B1 o equivalente.

### ***Art. 4 – Trasferimenti in ingresso, passaggi di corso***

1. Il numero di posizioni disponibili per gli anni successivi al primo è definito annualmente dalla differenza tra il numero programmato e gli studenti/esse effettivamente iscritti/e. La copertura dei posti disponibili è disciplinata mediante apposito bando.
2. Le competenze del tipo indicato nel comma 7 dell'articolo 5 del decreto 22/10/2004 n. 270, potranno essere riconosciute per un totale massimo di 12. I relativi crediti sono attribuiti tenendo conto del contributo dell'attività al raggiungimento degli obiettivi formativi del corso di laurea magistrale.
3. Agli studenti provenienti da corsi di studio della stessa classe è comunque garantito il riconoscimento di



---

## REGOLAMENTO DIDATTICO DEL CORSO DI LAUREA MAGISTRALE IN MANAGEMENT

almeno il 50% dei CFU precedentemente acquisiti nel medesimo settore scientifico disciplinare.

4. Il Dipartimento può riconoscere le competenze e le abilità professionali certificate ai sensi della normativa vigente in materia, nonché altre competenze e abilità maturate in attività formative di livello post-secondario, in particolare quelle alla cui progettazione e realizzazione l'Università abbia concorso.
5. I passaggi da altri corsi di studio, anche della stessa classe, e i trasferimenti da altri Atenei, richiedono la verifica dei requisiti di cui all'articolo 3.

### **Art. 5 – Organizzazione del percorso formativo**

1. Le attività didattiche e i relativi obiettivi formativi sono descritti nella Tabella 1 pubblicata in University nella sezione B “Esperienza dello studente” al quadro “Descrizione del percorso di formazione”.
2. Il corso di studio prevede tre percorsi:
  - a) Direzione aziendale;
  - b) Digital Transformation;
  - c) Imprese ibride e sostenibili.
3. La durata normale del Corso di studio è di 2 anni.
4. Le attività formative previste, corrispondenti a 120 crediti, sono organizzate su base semestrale e distribuite - nell'arco di due anni - su quattro semestri didattici collocati tra settembre e il successivo mese di giugno.
5. L'articolazione del corso di studio è descritta nella **Tabella 2** pubblicata in University nella sezione B “Esperienza dello studente” al quadro “Descrizione del percorso di formazione”.
6. Il corso di studio prevede un numero complessivo di esami pari a 12.
7. L'attività didattica consiste in lezioni frontali tradizionali o sotto forma di “laboratorio” (con eventuale frequenza obbligatoria), workshop, testimonianze dal mondo del lavoro, seminari-gruppi di discussione. Le modalità di didattica utilizzate sono tali da presupporre la frequenza sistematica delle lezioni da parte degli studenti.
8. Alcune attività didattiche potranno essere erogate in lingua inglese. Tale informazione sarà riportata nel syllabus dell'attività didattica stessa.
9. Il carico formativo dello studente è quantificato in 25 ore per ogni credito formativo (CFU) così suddivise:



---

**REGOLAMENTO DIDATTICO DEL CORSO DI LAUREA MAGISTRALE IN MANAGEMENT**

attività d'aula (ore di lezione, di esercitazione, di laboratorio, di seminario, ecc.); attività di studio autonomo o comunque di impegno individuale. La quota di ore di carico formativo per le diverse attività è fissata in funzione delle caratteristiche delle stesse, riservando, in ogni caso, un peso prevalente allo studio e all'impegno individuale. Il numero di ore riservate allo studio autonomo per ogni credito formativo è, di norma, pari a 19. Il rapporto tra lavoro in aula e lavoro svolto fuori dall'aula può essere, in funzione delle specifiche caratteristiche delle attività formative, diversamente quantificato nei laboratori, nei workshop e nei seminari-gruppi di discussione.

10. Le attività didattiche svolte presso il Dipartimento possono essere sostituite da attività svolte presso altre istituzioni formative, italiane e straniere, tramite apposite convenzioni e accordi, secondo le modalità e le regole previste dai rispettivi ordinamenti. Le valutazioni conseguite presso altre istituzioni, se non corrispondenti a quelle in uso nel Dipartimento, sono convertite mediante apposite tabelle di equivalenza.
11. La valutazione delle attività formative è espressa in trentesimi, con possibilità di assegnazione della lode in un numero ristretto di casi meritevoli o è espressa con i gradi "approvato" e "non approvato", se relativa a prove di conoscenza e tirocinio.
12. La valutazione dell'apprendimento può avvenire nei seguenti modi: prove scritte; colloqui orali; valutazione dei lavori svolti autonomamente; valutazione di lavori svolti in gruppo; valutazione del contributo individuale in sede di discussioni, analisi critiche. Le modalità di svolgimento delle verifiche sono riportate, a cura di ciascun titolare di attività didattica, nel "Contenuto del corso" pubblicato sul syllabus di ciascun insegnamento, di norma prima dell'inizio dell'anno accademico. Per ciascun esame o verifica del profitto, la struttura didattica individua un docente responsabile della procedura di valutazione che ne garantisce il corretto svolgimento e verbalizzazione. La procedura di verbalizzazione dell'esito dell'esame avviene, di norma, tramite l'ausilio di procedure informatizzate on line.
13. Le attività didattiche che comportano un carico formativo superiore agli 8 CFU possono prevedere una prova intermedia. La valutazione finale tiene conto anche della valutazione della prova intermedia. Nel caso di attività organizzate in moduli coordinati, possono essere organizzate prove alla fine di ogni modulo; i docenti titolari dei moduli partecipano alla valutazione collegiale del profitto, che sarà, di norma, data dalla media delle valutazioni ottenute nei singoli moduli.
14. Tutti gli esami riferiti ad attività didattiche formate da moduli integrati dovranno essere completati (cioè



---

## **REGOLAMENTO DIDATTICO DEL CORSO DI LAUREA MAGISTRALE IN MANAGEMENT**

dovranno essere sostenuti tutti i moduli) entro le seguenti scadenze: per gli insegnamenti con attività didattica interamente nel primo semestre entro la sessione di recupero di settembre dell'anno successivo; per gli insegnamenti con attività didattica distribuita tra il primo e il secondo semestre o interamente nel secondo semestre entro la sessione di recupero di febbraio dell'anno successivo. La scadenza viene prorogata nel caso di soggiorni di studio all'estero (previsti dai programmi internazionali dell'Ateneo) per un periodo di tempo pari alla durata stessa del soggiorno. Sarà cura dello studente, una volta completati tutti i moduli, attivare le procedure per la registrazione dell'esito finale.

15. Nel caso di lavoro di gruppo, se non vi sono fondati motivi per ritenere che il contributo dei singoli sia differenziato per impegno e risultati, tutti i componenti il gruppo otterranno la medesima valutazione. La valutazione della partecipazione alle discussioni in aula è effettuata dal docente e non può superare il 40% della valutazione totale dell'attività didattica.
16. La verifica della conoscenza della lingua straniera (prevista obbligatoriamente e di livello pari almeno a B2) può avvenire mediante superamento di apposite prove organizzate dal Dipartimento e dall'Ateneo, presentazione di apposita certificazione valida rilasciata da enti riconosciuti a livello internazionale, come da elenco approvato periodicamente dal Consiglio di Dipartimento.
17. Il tirocinio formativo previsto per la laurea magistrale in Management, progettato nel rispetto di quanto previsto dal vigente Regolamento per lo svolgimento del tirocinio formativo e di orientamento, è legato alla realizzazione di un progetto sul campo, che può anche essere collegato alla redazione della tesi che lo studente dovrà presentare per l'esame finale. Il tirocinio formativo può essere svolto presso aziende, enti o istituti di ricerca, aziende e amministrazioni pubbliche e studi professionali. Esso può essere sostituito anche da soggiorni di studio presso università italiane ed europee anche nel quadro di accordi internazionali, purché tali soggiorni siano finalizzati, almeno in parte, alla realizzazione di un progetto. La sostituzione del tirocinio formativo con altre forme di apprendimento sul campo presuppone l'approvazione da parte del Dipartimento.
18. Per le modalità di verifica dei risultati dello stage/tirocinio si rimanda al vigente Regolamento del tirocinio formativo e di orientamento di Dipartimento. La certificazione dell'avvenuto tirocinio, basata sui resoconti obbligatoriamente forniti dallo studente, dal rapporto finale e dalla documentazione fornita dall'ente ospitante, è fatta a cura del tutor del tirocinio.



---

**REGOLAMENTO DIDATTICO DEL CORSO DI LAUREA MAGISTRALE IN MANAGEMENT**

19. Per la verifica dei risultati dei periodi di studio all'estero, si rimanda ai regolamenti Erasmus e Mobilità degli studenti di Ateneo e di Dipartimento.
20. Il calendario degli esami è pubblicato con congruo anticipo rispetto alle singole sessioni di esami che sono fissate secondo la struttura definita dal Calendario accademico, approvato ogni anno dal Consiglio di Dipartimento.

***Art. 6 – Piano di studi e iscrizione agli anni di corso***

1. Lo studente è tenuto a compilare, all'inizio del suo percorso, il Piano degli studi per l'intero corso di studio, entro la scadenza fissata dal Dipartimento. La presentazione deve avvenire on line.
2. Nel caso lo studente non provveda a compilare il Piano degli Studi, gli verrà assegnato "d'ufficio" il Piano degli Studi statutario che non potrà essere modificato sino alla successiva scadenza.
3. Ogni anno il Piano degli studi può essere modificato secondo il calendario fissato dal Dipartimento.
4. Nel caso di curricula che comportino l'acquisizione di un doppio titolo o di titoli congiunti, il Dipartimento può approvare piani di studio personalizzati che rispettino i vincoli stabiliti dall'ordinamento.
5. Non sono previste propedeuticità o altre forme di sbarramento per il passaggio dal primo anno al secondo anno di Corso.
6. Alcune attività didattiche possono prevedere l'obbligo di frequenza delle lezioni. L'informazione circa l'eventuale obbligo di frequenza è indicata nel relativo syllabus della singola attività didattica. Tale obbligo si intende assolto con una partecipazione superiore al 75% del totale delle ore di lezione. La verifica della percentuale di frequenza minima, per le attività formative che la prevedono, può essere accertata tramite raccolta delle firme di presenza alle singole lezioni oppure mediante appello nominale. A discrezione del docente, con riserva di verifica, la presenza può essere accertata mediante dichiarazione sostitutiva. Nel caso di mancato raggiungimento della frequenza minima, lo studente potrà ricevere obblighi aggiuntivi (su indicazione del docente responsabile dell'attività didattica) oppure potrà non essere ammesso a sostenere la verifica finale e, quindi, essere tenuto a frequentare nuovamente l'attività formativa.

***Art. 7 – Opportunità offerte durante il percorso formativo***

1. Il corso di studio aderisce alle iniziative di mobilità internazionale definite a livello di Ateneo, in attuazione della programmazione annuale condivisa tra il Prorettore allo Sviluppo Internazionale e i delegati delle



---

## **REGOLAMENTO DIDATTICO DEL CORSO DI LAUREA MAGISTRALE IN MANAGEMENT**

strutture accademiche nell'ambito di un tavolo di lavoro permanente. I programmi di mobilità prevedono il riconoscimento in carriera delle attività formative svolte all'estero e sono incentivati anche dall'erogazione di borse di studio garantite a tutti gli studenti che risultano ammessi al programma di mobilità. Le iniziative di mobilità sono pubblicate sul portale dedicato ai programmi di mobilità internazionale.

2. Il corso di studio propone e supporta esperienze di orientamento e formazione al lavoro attraverso i tirocini. Al fine di promuovere esperienze che possano costituire un arricchimento per lo studente ed essere proficuamente riconosciute fra le attività formative curriculari dei propri studenti, il corso di studi si avvale della collaborazione dell'Ufficio Job Guidance, collocato nella Direzione Didattica e Servizi agli Studenti di Ateneo. I servizi agli studenti offerti tramite l'Ufficio Job Guidance sono pubblicizzati nello specifico portale realizzato a livello di ateneo e nell'apposita sezione nel portalino del corso di studio.
3. Il Direttore nomina un responsabile di Dipartimento per il tutorato e l'orientamento e individua un docente responsabile di tutorato e orientamento per il singolo corso di studio, che di norma coincide con il Responsabile del corso di studio.
4. Il responsabile di tutorato e di orientamento del Dipartimento coordina, integrandosi con i responsabili di tutorato e orientamento dei corsi di studio, le attività di assistenza e di sostegno su singole materie, che si rendessero utili e/o opportune. Nominativi e recapiti sono indicati sul sito web del Dipartimento.

### ***Art. 8 – Conseguimento del titolo***

1. Per conseguire la laurea magistrale in Management, lo studente deve aver acquisito 120 crediti formativi compresi quelli relativi alla prova finale.
2. La prova finale è costituita da un esame che verte sulla discussione di un elaborato scritto predisposto dal candidato con la supervisione di un docente "relatore di tesi". L'elaborato può affrontare temi di natura teorica e pratica, e deve dimostrare, in ogni caso, la capacità del candidato di trattare un argomento rilevante per il percorso di studi, con autonomia e concretezza. Il lavoro di tesi deve presentare degli spunti di originalità.
3. La prova finale può essere sostenuta anche prima della conclusione dell'ultimo anno di corso.
4. L'individuazione del tema e del relatore della prova finale sono compito degli studenti, che, con adeguato anticipo rispetto ai tempi di laurea, devono individuare un docente disponibile a svolgere il ruolo di relatore di tesi. Nel caso gli studenti incontrassero difficoltà nell'individuazione del docente relatore, devono



---

**REGOLAMENTO DIDATTICO DEL CORSO DI LAUREA MAGISTRALE IN MANAGEMENT**

rivolgersi al docente responsabile di tutorato e orientamento del corso di studio.

5. L'elaborato può essere scritto anche in lingua inglese.
6. La prova finale per il conseguimento della laurea magistrale in Management è costituita dall'elaborazione e dalla discussione di un lavoro, secondo una delle seguenti opzioni:
  - uno studio di progetto, di natura necessariamente applicata ad una realtà aziendale, che consenta al laureando di dimostrare l'effettiva capacità di tradurre, sul piano operativo, le competenze apprese nel corso di studio;
  - una ricerca sul campo che abbia per oggetto pratiche aziendali, applicazioni di norme e principi di interesse per le aziende private e pubbliche;
  - l'esplorazione di una tematica all'interno degli ambiti disciplinari di interesse della laurea magistrale, attraverso un approfondito e completo esame della letteratura, la raccolta di dati e informazioni, l'elaborazione autonoma degli argomenti.

Il lavoro della prova finale può essere integrato con il tirocinio formativo. La prova finale rappresenta la naturale continuazione delle attività didattiche a carattere disciplinare (riferite, cioè, a specifici settori scientifico-disciplinari), e ne costituisce il completamento, quale momento di approfondimento critico e di elaborazione individuale. La valutazione complessiva finale tiene conto anche del curriculum individuale e delle valutazioni conseguite dallo studente e, nei casi di integrazione con l'attività di tirocinio, della valutazione dello stesso.

7. La prova finale è valutata da un'apposita commissione di laurea magistrale. La valutazione complessiva finale tiene conto anche del curriculum individuale e delle valutazioni conseguite dallo studente. I criteri di valutazione della prova finale sono indicati nel Regolamento Prova Finale di Laurea Magistrale e conferimento del titolo. Il voto dell'esame di laurea magistrale viene espresso in centodecimi, con possibilità, in caso di voto pari a 110/110 e parere favorevole unanime della commissione, di attribuzione della lode.
8. Le procedure per l'ammissione all'esame finale, i criteri per la formazione del voto di laurea magistrale, le modalità di presentazione dell'elaborato finale e la composizione delle commissioni di conseguimento del titolo sono disciplinati nel Regolamento didattico di ateneo e nel Regolamento Prova Finale di Laurea Magistrale e conferimento del titolo.



---

**REGOLAMENTO DIDATTICO DEL CORSO DI LAUREA MAGISTRALE IN MANAGEMENT**

9. È possibile sostenere la prova finale in lingua diversa da quella del corso di laurea magistrale. Qualora la lingua straniera sia diversa dalla lingua inglese, francese o tedesca, è necessaria la preventiva approvazione del Direttore.
10. Il titolo si consegue con la proclamazione pubblica.
11. Le modalità di svolgimento della prova finale e di conseguimento del titolo sono disciplinate in un apposito Regolamento presente in University, nella specifica sezione del Quadro A5.

***Art. 9 – Iniziative per l'assicurazione della qualità***

1. Il corso di studio persegue la realizzazione, al proprio interno, di un sistema per l'assicurazione della qualità, in accordo con le relative politiche definite dall'Ateneo e promosse dal Dipartimento. In attuazione del Regolamento del Dipartimento, il corso di studio è rappresentato nella Commissione paritetica docenti-studenti direttamente attraverso la componente docente e componente studentesca appartenente al corso stesso, o, indirettamente, attraverso sistematici confronti attivati dalla Commissione con i docenti e gli studenti, referenti diretti del corso di studio non presenti in Commissione paritetica docenti-studenti e con il gruppo di autovalutazione di cui al comma successivo.
2. All'interno del corso di studio è operativo un gruppo di riesame che svolge un costante monitoraggio delle iniziative realizzate e dei risultati prodotti, anche mediante la predisposizione della Scheda di monitoraggio annuale e la redazione, quando ritenuto opportuno o quando prescritto, del Rapporto di riesame ciclico.

***Art. 10 – Norme finali e transitorie***

1. Le disposizioni del presente Regolamento si applicano alle nuove carriere attivate a decorrere dall'a.a. 2024/2025 e rimangono in vigore fino all'emanazione di un successivo Regolamento.
2. Per quanto non espressamente qui disciplinato, si rinvia al Regolamento didattico di Ateneo e al Regolamento del Dipartimento di Economia e Management.



---

**REGOLAMENTO DIDATTICO DEL CORSO DI LAUREA MAGISTRALE IN MANAGEMENT**

---

**Tabella 1 – Obiettivi delle attività formative del corso di Laurea magistrale in Management previste per le coorti di studenti iscritti all'a.a. 2024/2025 e successive**

---

**STRUMENTI QUANTITATIVI PER LA GESTIONE**

Corso intermedio di analisi dei dati mirato allo sviluppo di competenze modellistiche e analitiche. Il corso si concentra sull'uso di tecniche moderne di "statistical learning" per la previsione e la classificazione in contesti economico-aziendali. Il taglio del corso è di tipo applicato ed il livello teorico degli argomenti è mirato alla comprensione degli aspetti pratici delle applicazioni. Esercitazioni con R in aula computer complementano i temi trattati a lezione.

Competenze da acquisire:

- capacità di implementare un'analisi dei dati utilizzando le principali tecniche di statistical learning;
- saper interpretare correttamente i risultati di un'analisi statistica ed utilizzarli a supporto delle decisioni aziendali;
- capacità di comprendere autonomamente gli aspetti quantitativi presenti nella letteratura scientifica economico-aziendale

Conoscenze di base ed applicate:

Modelli di regressione e classificazione. Alberi decisionali. Tecniche di crossvalidazione. Analisi per cluster e analisi delle componenti principali.

**MANAGEMENT STRATEGICO**

Mediante lezioni, lavori di gruppo e discussioni attive, gli studenti acquisiranno dimestichezza con le metodologie necessarie per affrontare alcuni temi avanzati di strategia e politica aziendale.

Il corso sarà dedicato a quattro aree tematiche principali: 1. strategie competitive; 2. strategie di internazionalizzazione delle imprese; 3. strategie di innovazione; 4. modelli di corporate governance e management comparato.

Mediante lezioni, lavori di gruppo e discussioni attive, gli studenti acquisiranno dimestichezza con le metodologie necessarie per affrontare alcuni temi avanzati di strategia e politica aziendale.

Il corso sarà dedicato a quattro aree tematiche principali: 1. strategie competitive; 2. strategie di internazionalizzazione delle imprese; 3. strategie di innovazione; 4. modelli di corporate governance e management comparato.



---

**REGOLAMENTO DIDATTICO DEL CORSO DI LAUREA MAGISTRALE IN MANAGEMENT**

Nel corso si analizzeranno:

- limiti e sviluppi recenti dell'analisi del vantaggio competitivo;
- le peculiarità del processo di globalizzazione: le strutture istituzionali, le reti globali del valore;
- le caratteristiche delle imprese multinazionali;
- il ruolo degli stati e i rapporti tra stati e imprese multinazionali;
- modi di entrata in nuovi mercati esteri;
- temi di management dell'innovazione;
- open innovation;
- competizione tra standard;
- innovazioni scardinanti;
- incentivi e disincentivi all'innovazione;
- processi di cambiamento tecnologico che affiancano e rafforzano la globalizzazione;
- analisi comparata del management;
- modelli di corporate governance in vari paesi;
- gestione delle risorse umane in vari paesi;
- - modelli di innovazione in vari paesi;
- opportunità nei paesi emergenti;
- problemi di interazione in contesti multiculturali. Analisi delle problematiche di interazione in gruppi multiculturali, comportamenti tipici influenzati da culture diverse.

Vi saranno workshops interattivi nei quali si analizzeranno e discuteranno in aula alcune delle tematiche oggetto del corso e vari casi aziendali e/o settoriali. Lo studio di casi è utile per applicare gli strumenti analitici di management strategico e per ragionare su cosa un'azienda può (o non deve) fare per migliorare la propria posizione nel mercato.

---

**CONTABILITÀ PROGREDITO/ANALISI DI BILANCIO**

Corso avanzato che si basa su un'adeguata conoscenza del bilancio d'esercizio, per sviluppare criteri di analisi e di lettura del dato contabile ai fini di analisi gestionali, a consuntivo e prospettica.

Si evidenzierà come la lettura del dato contabile cambi a seconda del fine istituzionale aziendale.

Saranno trattati cenni di bilancio consolidato e di principi contabili internazionali, finalizzati alla lettura e alla comprensione del dato contabile.



---

**REGOLAMENTO DIDATTICO DEL CORSO DI LAUREA MAGISTRALE IN MANAGEMENT**

**COMPETENZE MANAGERIALI E SVILUPPO ORGANIZZATIVO**

Chi è il manager? Il manager è una persona che raggiunge degli obiettivi attraverso l'azione di altre persone. Il corso forma gli studenti a questa funzione del ruolo manageriale.

Nella prima parte si approfondisce chi sono i protagonisti della gestione, ossia le persone. Ci si chiede: qual è il portato dell'individuo in termini di atteggiamenti, emozioni, personalità e valori, ma anche di motivazione e percezioni? e come si può valorizzare e indirizzare al fine di raggiungere obiettivi organizzativi comuni?

Nella seconda parte si analizza la dinamica della gestione di gruppi e team di lavoro, chiedendosi come guidarli senza o oltre il potere formale, diventando leader equi ed efficaci.

Nella terza parte si prendono in considerazione tematiche squisitamente organizzative come cultura e cambiamento organizzativo e si valuta l'impatto delle nuove tecnologie sul lavoro, per esempio, nel lavoro agile e nelle squadre virtuali o in altre fattispecie di attenzione per la gestione contemporanea.

Facendo leva sui principi di disegno e progettazione organizzativa (contenuti tipici dei corsi di base), il corso intende formare gli studenti ad affrontare il lavoro manageriale in un contesto aziendale già disegnato, dove essere manager significa principalmente gestire persone e non costruire strutture organizzative.

Gli studenti si cimenteranno con esperienze simulate ma verosimili (attraverso casi di studio) in cui utilizzare strumenti teorici e interpretativi e al termine di percorso sapranno comprendere e gestire le principali dinamiche del management delle persone e le implicazioni di scelte organizzative e politiche d'impresa.

**CONTROLLO DI GESTIONE**

Il corso si propone di fornire un'adeguata comprensione della tematica di gestione di un'organizzazione, sia per quanto riguarda la dimensione relativa all'informazione, sia per quanto concerne le dimensioni più propriamente organizzativa e decisionale, in una prospettiva di efficace ed efficiente impiego delle risorse.

Vengono trattati i temi della progettazione del sistema, e quelli del relativo funzionamento.

La partecipazione al corso richiede la capacità di leggere i dati contabili, sia nella loro dimensione sintetica (consuntivi periodici di esercizio) che in quella analitica (reportistica ad uso interno).

Il tema della programmazione e del controllo è trattato in modo da poterne cogliere sia gli aspetti tecnici e organizzativi, sia quelli più strettamente tecnico-contabili. Alle lezioni d'aula si aggiunge la discussione di alcuni casi applicativi, che potranno tenersi anche nell'ambito delle ore di esercitazione.

**MARKETING MANAGEMENT**

Il corso di Marketing management si focalizza su alcune tematiche innovative nell'ambito del marketing



---

## **REGOLAMENTO DIDATTICO DEL CORSO DI LAUREA MAGISTRALE IN MANAGEMENT**

management, affrontandole sia da un punto di vista metodologico, sia dal punto di vista delle applicazioni operative. Assumendo a riferimento i recenti approcci al marketing, sarà data particolare enfasi alla natura relazionale dello scambio e alla visione sistemica della gestione aziendale, a partire dalla definizione di una mission valoriale che deve essere condivisa con i clienti.

Le competenze attese al termine del corso sono le seguenti:

- comprensione delle modalità con cui le aziende assumono le principali decisioni di mercato, in riferimento ad un approccio strategico al marketing;
  - conoscenza degli approcci più recenti per lo sviluppo delle relazioni con i clienti e il loro coinvolgimento nei processi aziendali di offerta;
  - conoscenza delle principali alternative strategiche per la promozione e la commercializzazione dei prodotti, comprese le più recenti politiche multi-channel che integrano le tecnologie digitali;
- conoscenza delle principali logiche di comunicazione e di gestione del valore della marca, in particolare nella prospettiva del social media marketing e dei nuovi strumenti di comunicazione e di relazione con il cliente.

---

### **SCENARI GLOBALI**

Alla conclusione del corso, gli studenti saranno in grado di:

- identificare e interpretare le caratteristiche dei principali fenomeni economici che hanno caratterizzato l'economia mondiale negli ultimi 15-20 anni, con particolare riferimento all'integrazione europea, i mercati emergenti, i mercati dell'energia e delle materie prime;
- comprendere le determinanti, le caratteristiche e gli effetti degli accordi di scambio multilaterali e regionali
- comprendere l'impatto di alcuni grandi cambiamenti socio-economici globali sull'attività di impresa
- ottenere informazioni sugli accadimenti socio-economici internazionali rilevanti per le decisioni strategiche delle imprese
- interpretare informazioni grafiche e quantitative alla luce della teoria economica.

Contenuti:

Il corso affronterà i principali macrotrend globali che influenzano l'attività d'impresa e le relazioni tra imprese. Verranno analizzati aspetti importanti del commercio internazionale contemporaneo, come gli accordi di scambio multilaterali e regionali (Unione Europea), le cause e le implicazioni (statistiche, economiche e operative) della frammentazione della catena del valore, e le caratteristiche dell'andamento delle esportazioni. Il corso prenderà in considerazione importanti fenomeni che influiscono sulla domanda e sulla competizione a



---

**REGOLAMENTO DIDATTICO DEL CORSO DI LAUREA MAGISTRALE IN MANAGEMENT**

livello globale, tra cui l'andamento demografico della popolazione, l'urbanizzazione, e il cambiamento strutturale dei paesi in via di sviluppo. I temi relativi alle materie prime, alle risorse energetiche e all'innovazione saranno oggetto di ulteriore approfondimento.

---

**ECONOMIA, GOVERNANCE E OBIETTIVI PRO-SOCIALI DELL'IMPRESA**

Conoscenze basilari legate alla teoria dell'impresa (produzione in team, incompletezza contrattuale, costi di transazione e gerarchia).

Conoscenze relative agli assetti di governo, con particolare riferimento alla separazione tra proprietà e controllo e conseguenti obiettivi della public company (shareholder value vs. stakeholder value).

Conoscenze legate a strumenti di responsabilità sociale (quali, codice etico, rating legalità, etc.).

**DIRITTO COMMERCIALE AVANZATO**

A) Conoscenze e capacità di comprensione.

- il funzionamento e il riparto di competenze degli organi assembleari, di amministrazione e di controllo nei vari modelli organizzativi societari.
- l'adeguatezza degli assetti organizzativi ed i modelli previsti dal l. n. 231/2001.
- le conseguenze relative alla insussistenza delle condizioni che legittimano la continuità operativa.
- la responsabilità degli amministratori e dei direttori generali.
- i fattori che determinano i conflitti endosocietari e gli strumenti giuridici di trattamento degli stessi.

B) Capacità di applicare conoscenza e comprensione.

- nella programmazione e nella predisposizione dei procedimenti corporativi endosocietari,
- nella prevenzione dei fenomeni di aggravamento del dissesto in condizioni di perdita della continuità operativa (c.d. wrongful trading).
- nella prevenzione dei meccanismi di responsabilità imputabili ai componenti degli organi societari.
- nella prevenzione e nel trattamento dei conflitti endosocietari.

---

**FINANZA AZIENDALE AVANZATO**

L'insegnamento ha l'obiettivo di formare gli studenti alla comprensione di temi avanzati di finanza aziendale, inerenti alle decisioni di investimento e di finanziamento, sia a breve che a lungo termine. Il corso fornirà gli strumenti teorici utili alla comprensione ed applicazione dei modelli di valutazione finanziaria di tali decisioni.

La prima parte approfondirà 1) la valutazione degli investimenti e delle imprese in presenza di debito secondo vari approcci di valutazione (metodo del costo medio ponderato del capitale; metodo del valore attuale



---

## **REGOLAMENTO DIDATTICO DEL CORSO DI LAUREA MAGISTRALE IN MANAGEMENT**

modificato, metodo del flusso di cassa per gli azionisti, metodo dei multipli); 2) la gestione dei crediti e debiti commerciali;

La seconda parte analizzerà la politica dei dividendi: confronto tra riacquisto di azioni e pagamento dei dividendi, lo svantaggio fiscale sui dividendi, effetto clientela, effetto segnale.

La terza parte analizzerà le modalità di finanziamento delle imprese, sia a titolo di capitale di rischio (aumento di capitale proprio) che di debito (prestito obbligazionario), in un'ottica di medio-lungo periodo.

La quarta parte approfondirà il tema delle fusioni ed acquisizioni (finanza straordinaria): determinanti delle sinergie, variazioni del prezzo della società acquirente e della target, definizione del rapporto di concambio.

La quinta parte approfondirà le peculiarità delle piccole e medie imprese (Pmi) e le implicazioni che ne derivano per le decisioni finanziarie di tali imprese.

---

### **PRODUZIONE E LOGISTICA PROGREDITO**

L'obiettivo principale del corso è la comprensione degli elementi strategici e tattici della produzione, attraverso lo studio dell'impresa come sistema di produzione esteso, sia all'interno dei confini organizzativi, sia considerando le relazioni tra imprese che si sviluppano in un supply network.

In particolare, verranno indagate le decisioni di progettazione della catena/rete di fornitura e le relazioni tra questa e le decisioni strategiche dell'impresa.

Si darà conto infine anche di alcuni sviluppi recenti riguardanti strumenti e metodi di gestione operativa.

---

### **INFORMATION SYSTEM AND KNOWLEDGE MANAGEMENT**

Apprendere le conoscenze di base e le logiche competitive derivanti dalla diffusione delle nuove tecnologie informatiche; sviluppare le capacità di analisi delle opportunità e dei rischi di impiego delle nuove tecnologie in azienda; acquisire strumenti per l'analisi degli effetti della digital transformation su competenze, comportamenti, ruoli e processi di creazione e gestione delle conoscenze aziendali.

---

### **LABORATORY OF CUSTOMER AND BUSINESS ANALYTICS**

Il corso intende fornire agli studenti l'insieme di competenze quantitative necessarie alla modellizzazione delle preferenze del consumatore e alla previsione del comportamento del mercato, con l'obiettivo di supportare la formazione delle decisioni aziendali e manageriali. Gli studenti impareranno a identificare, acquisire, gestire e analizzare dati – attraverso l'utilizzo dell'ambiente statistico open-source R – per affrontare problemi di decisione reali.

In particolare, al termine del corso gli studenti dovrebbero essere in grado di: eseguire la conjoint analysis, sia



---

**REGOLAMENTO DIDATTICO DEL CORSO DI LAUREA MAGISTRALE IN MANAGEMENT**

di tipo tradizionale e sia choice-based, per l'identificazione delle determinanti non rilevate delle scelte di consumo; prevedere le scelte del consumatore; identificare i target di clientela per l'implementazione di attività di target marketing e segmentare il mercato mediante tecniche post hoc.

**MODELLI DI MISURAZIONE E RENDICONTAZIONE DELLA SOSTENIBILITÀ**

Attraverso un costante ricorso a casi e letture, prevalentemente internazionali, il corso mira a declinare in comportamenti concreti il concetto di sostenibilità nella gestione di un'azienda, in contesti ibridi, superando la dicotomia tra imprese for profit e imprese non profit. Una volta declinato i concetti di sostenibilità, stakeholder e stakeholder engagement, il corso si soffermerà sui criteri di rendicontazione e impatto, sociale, sia in ottica di processo di accountability, che in ottica di contenuti dei principali standard di rendicontazione nazionali e internazionali. Il corso offre conoscenze circa il più recente dibattito normativo in tema di rendicontazione di sostenibilità (NFRD, CSRD) in una prospettiva europea.

**LABORATORIO: SOSTENIBILITÀ E IMPRENDITORIALITÀ SOCIALE**

A partire da sfide/problemi urgenti e reali offerte dal territorio (aziende, pubblica amministrazione, cooperative, imprese sociali, associazioni, etc.), il laboratorio mira a far creare progetti di business a impatto sociale attraverso il lavoro di gruppo, l'utilizzo di approcci e strumenti della progettazione partecipata e della lean startup, stimolando competenze imprenditive e imprenditoriali.

**EVIDENCE BASED MANAGEMENT**

Il corso presenta l'impresa come un contesto di sperimentazione e apprendimento dalle decisioni prese. Nella prima parte del corso si presenteranno le caratteristiche organizzative delle imprese che adottano un approccio al Management Evidence based. Nella seconda parte si illustreranno alcuni approcci metodologici utili per descrivere l'effetto atteso delle decisioni e isolarne a posteriori i risultati. Nella terza parte si affronteranno alcuni temi legati all'uso di Intelligenza artificiale in contesti aziendali. Con il corso lo studente acquisirà conoscenze e abilità che lo metteranno in grado di esaminare dati sperimentali e osservativi ai fini di orientare le decisioni d'impresa.

**ESG LAB**

Attraverso attività di laboratorio si propone di approfondire aspetti tecnico aziendali e di analisi relativi alla rendicontazione di sostenibilità e punteggi ESG attribuiti da società di rating. L'obiettivo è quello di mettere in grado lo studente di saper valutare la qualità e rilevanza delle informazioni contenute all'interno della documentazione di sostenibilità rispetto a specifici standard di settore, ed altresì stimare quantitativamente ed



---

**REGOLAMENTO DIDATTICO DEL CORSO DI LAUREA MAGISTRALE IN MANAGEMENT**

analizzare criticamente l'effetto che i relativi punteggi ESG possono avere sulla performance aziendale.

**ECONOMIA E MANAGEMENT DELLE INNOVAZIONI**

Il corso si propone di fornire agli studenti le conoscenze necessarie per comprendere i fattori economici e le decisioni strategiche che conducono le imprese ad innovare, e le implicazioni che i processi innovativi hanno sulle loro performance economiche.

Dopo una introduzione sulla rilevanza economica e strategica dell'innovazione e sui concetti base per la sua analisi (invenzione, innovazione, diffusione e spillover), il corso verterà sulle diverse tipologie in cui l'innovazione si può manifestare e sui fattori che ne determinano l'introduzione e la diffusione a livello di impresa. Si passerà poi all'analisi della gestione dei processi innovativi (tra cui quelli relativi ad appropriabilità e a meccanismi di collaborazione), della loro geografia, e del ruolo dell'innovazione per la sostenibilità ambientale.

- Al termine del corso, gli studenti acquisiranno una conoscenza approfondita delle diverse forme di innovazione – in particolare quelle orientate al miglioramento dell'impatto ambientale - delle loro fonti, dei modelli per la loro implementazione, sfruttamento competitivo e diffusione, e dei principali aspetti della loro gestione.

**ECONOMIA DELLE RISORSE UMANE**

Il corso tratta un campo emergente della ricerca e della gestione delle risorse umane nel mondo reale, in cui l'analisi economica viene utilizzata per esaminare le decisioni all'interno delle organizzazioni da parte di lavoratori e management. Vengono illustrati i fondamenti teorici e gli aspetti empirici della disciplina. Più che sulla presentazione di modelli economici formali, l'attenzione principale sarà sulle intuizioni e sulla descrizione di una vasta gamma di decisioni e la discussione si concentrerà sull'evidenza empirica. L'obiettivo principale del corso è sviluppare la capacità di comprendere, teoricamente ed empiricamente, le principali decisioni che vengono prese all'interno delle organizzazioni: reclutamento, retribuzioni, promozioni, valutazione delle prestazioni, selezione e formazione. Alla fine del corso gli studenti avranno acquisito:

- una comprensione approfondita dei principali concetti e problematiche dell'economia delle risorse umane;
- la capacità di capire e spiegare il funzionamento dei mercati interni del lavoro;
- gli strumenti analitici necessari per analizzare le decisioni prese all'interno di organizzazioni da parte di individui e management.

**DIGITAL BUSINESS MODELS**



---

**REGOLAMENTO DIDATTICO DEL CORSO DI LAUREA MAGISTRALE IN MANAGEMENT**

Obiettivo formativo del corso è l'acquisizione di conoscenze e competenze sulle logiche competitive e i modelli di business derivanti dalla diffusione delle Information and Communication Technologies (ICT).

Il corso ha l'intento di far capire come una azienda possa innovare i propri prodotti o servizi con l'impiego delle ICT e come possa semplificare i processi interni, o volgere a proprio favore i rapporti con gli altri attori del settore con cui è in relazione. Particolare attenzione è dedicata alle modalità con cui l'azienda può innovare i suoi rapporti con i clienti o con le altre aziende con cui ha relazioni economiche.

Al termine del corso, gli studenti saranno in grado di:

- identificare e riconoscere la complessità dei nuovi modelli di business digitali e avere maggiore consapevolezza del ruolo delle nuove tecnologie informatiche per le aziende;
- comprendere il ruolo delle nuove tecnologie informatiche per la strategia aziendale;
- analizzare e interpretare l'impatto delle nuove tecnologie informatiche su diversi aspetti organizzativi all'interno di un'azienda;
- comprendere e analizzare i modelli di business digitali in diversi mercati.



**REGOLAMENTO DIDATTICO DEL CORSO DI LAUREA MAGISTRALE IN MANAGEMENT**

**Tabella 2 – Articolazione del corso di Laurea Magistrale in Management prevista per la coorte di studenti iscritti all'a.a. 2024/2025 e successive**

**I ANNO DI CORSO**

**Insegnamenti obbligatori**

Nome insegnamento	Ore lezione	CFU	SSD	Tipo attività formativa	Proped.	Ore studio individuale
Strumenti quantitativi per la gestione	36	6	SECS-S/01	Caratterizzante	---	114
Finanza aziendale avanzato	48	8	SECS-P/11	Caratterizzante	---	152
Contabilità progredito /analisi di bilancio	48	8	SECS-P/07	Caratterizzante	---	152
Competenze manageriali e sviluppo organizzativo	48	8	SECS-P/10	Caratterizzante	---	152
Controllo di gestione	48	8	SECS-P/07	Caratterizzante	---	152
Marketing management	48	8	SECS-P/08	Caratterizzante	---	152
Scenari globali	48	8	SECS-P/02	Caratterizzante	---	152

**Insegnamenti di area economica a scelta (per un totale di 6 crediti)**

Nome insegnamento	Ore lezione	CFU	SSD	Tipo attività formativa	Proped.	Ore studio individuale
Economia, governance e obiettivi pro-sociali dell'impresa ( <i>consigliato per il percorso "Imprese ibride e sostenibili"</i> )	36	6	SECS-P/02	Caratterizzante	---	114
Economia e Management delle Innovazioni ( <i>consigliato per il percorso "Digital Transformation"</i> )	36	6	SECS-P/06	Caratterizzante	---	114
Economia delle risorse umane ( <i>consigliato per il percorso "Direzione aziendale"</i> )	36	6	SECS-P/01	Caratterizzante	---	114

**II ANNO DI CORSO**

**Insegnamenti obbligatori (per un totale di 8 crediti)**

Nome insegnamento	Ore lezione	CFU	SSD	Tipo attività formativa	Proped.	Ore studio individuale
Diritto commerciale avanzato	48	8	IUS/04	Caratterizzante	---	152



---

## REGOLAMENTO DIDATTICO DEL CORSO DI LAUREA MAGISTRALE IN MANAGEMENT

**Insegnamenti caratterizzanti (per un totale di 20 crediti)**

**Insegnamenti caratterizzanti per il percorso DIREZIONE AZIENDALE (per un totale di 20 crediti)**

Nome insegnamento	Ore lezione	CFU	SSD	Tipo attività formativa	Proped.	Ore studio individuale
Management strategico	36	6	SECS-P/08	Caratterizzante	---	114
Produzione e logistica progredito	48	8	SECS-P/08	Affine e integrativa	---	152
Evidence Based Management	36	6	SECS-P/08	Affine e integrativa	---	114

**Insegnamenti caratterizzanti per il percorso DIGITAL TRANSFORMATION (per un totale di 20 crediti)**

Nome insegnamento	Ore lezione	CFU	SSD	Tipo attività formativa	Proped.	Ore studio individuale
Information system and knowledge management	48	8	SECS-P/10	Affine e integrativa	---	152
Laboratory of Customer and Business Analytics	36	6	SECS-P/08	Caratterizzante	---	114
Digital business models	36	6	SECS-P/10	Affine e integrativa	---	114

**Insegnamenti caratterizzanti per il percorso IMPRESE IBRIDE E SOSTENIBILI (per un totale di 20 crediti)**

Nome insegnamento	Ore	CFU	SSD	Tipo attività formativa	Proped.	Ore studio individuale
Modelli di misurazione e rendicontazione della sostenibilità	36	6	SECS-P/07	Caratterizzante	---	114
Laboratorio: sostenibilità e imprenditorialità sociale	48	8	SECS-P/08	Affine e integrativa	---	152
ESG Lab	36	6	SECS-P/07	Affine e integrativa	---	114

**Prova di lingua (per un totale di 5 crediti)**

Nome insegnamento	Ore lezione	CFU	SSD	Tipo attività formativa	Proped.	Ore studio individuale
Prova di conoscenza linguistica L.M. – inglese di ambito economico	70	5	NN	Altre attività	---	114

**Insegnamenti a libera scelta dello studente (per un totale di 12 crediti)**

**Tirocinio formativo (per un totale di 3 crediti)**

**Prova finale (per un totale di 12 crediti).**