

Verbale della riunione del Consiglio del Corso di Studi di “Marketing e Management Internazionale” del giorno 14 MAGGIO 2024

Il giorno **14 MAGGIO 2024**, alle ore **12:00** si è riunito, in **modalità telematica** sulla piattaforma **MICROSOFT TEAMS**, per discutere il seguente ordine del giorno:

- 1. Comunicazioni;**
- 2. Modifica Comitato di Indirizzo;**
- 3. Offerta didattica Erogata MeMI 24-25;**
- 4. Manifesto e Regolamento Didattico MeMI;**
- 5. Gruppo AQ;**
- 6. Quadri Scheda SUA;**
- 7. Definizione del termine di chiusura per la presentazione delle domande di pre-ammissione da parte degli studenti internazionali sul portale University;**
- 8. Varie ed eventuali.**

Alle ore 12:00, il Presidente, inizia l'appello per verificare le presenze e alle 12:05, verificato anche il numero legale ed il corretto collegamento di tutti, apre la discussione nominando la Dott.ssa Maria Cristina Pietronudo quale segretario verbalizzante.

Il Consiglio odierno risulta, quindi, così costituito:

DOCENTI DI RIFERIMENTO	
CANESTRINO Rossella	PRESENTE
CANNAVALE Chiara	PRESENTE
CASTELLANO Rosalia	PRESENTE
CERCIELLO Massimiliano	GIUSTIFICA
LATTANZI Sarah	PRESENTE
PASQUINELLI Cecilia	PRESENTE
PIETRONUDO Mariacristina	PRESENTE
RIVIECCIO Giorgia	PRESENTE*
SANTORSOLA Giuseppe Guglielmo	GIUSTIFICA
SORRENTINO Annarita	PRESENTE
TRUNFIO Mariapina	PRESENTE

TUTORE Ilaria	PRESENTE
ALTRI DOCENTI	
ANDREOTTI Giulio	PRESENTE
BATTAGLIA Francesca	ASSENTE
CAIAZZA Rosa	ASSENTE
CARPENTIERI Loredana	GIUSTIFICA
CIMMINO Maria	PRESENTE
COZZA Claudio	GIUSTIFICA
DE LUCA Giovanni	ASSENTE
DEL GAUDIO Belinda Laura	ASSENTE
FERRARA Maria	ASSENTE
FERRETTI Marco	PRESENTE
GRIMALDI Claudio	GIUSTIFICA
MARSELLI Riccardo	GIUSTIFICA
PANETTI Eva	ASSENTE
PARMENTOLA Adele	PRESENTE
POPOLI Paolo	GIUSTIFICA
QUADRI Susanna	GIUSTIFICA
RISITANO Marcello	ASSENTE
SARNO Debora	PRESENTE
SCANDURRA Giuseppe	PRESENTE
SCHEPISI Cristina	ASSENTE
SIMONI Michele	PRESENTE
DOCENTI A CONTRATTO	
LEE Joseph	ASSENTE
RE Francesco Angelo	ASSENTE
CAIAZZO Emmanuel	ASSENTE

* SI ALLONTANA ALLE 12,30

Con riferimento al punto 1) all'ordine del giorno "**Comunicazioni**", il Coordinatore comunica al Consiglio che il 7 e l'8 maggio sono state svolte le elezioni suppletive per la nomina dei rappresentanti degli studenti. Gli studenti eletti, che saranno portatori delle istanze del Consiglio e di quelle degli studenti iscritti al CdS in Marketing e Management Internazionale, sono Maria Ianniello e Gennaro Verde. Il consiglio dà il benvenuto ai nuovi membri.

Chiuso il punto 1), il Coordinatore passa alla discussione del punto **2) Modifica del Comitato di Indirizzo**. Il Coordinatore illustra il contenuto della riunione tenutasi con il Comitato Di Indirizzo il

giorno 10 maggio 2024, in cui è stata presentata l'Offerta Didattica programmata approvata alla luce dei suggerimenti emersi dalla precedente riunione. Dalla riunione con il Comitato sono emerse due richieste. La prima riguarda la sostituzione di un membro del Comitato, proponendo di sostituire Tambone Reyes Victor con Marta Serpietri, Head of Innovation Learning & Experience di Elis Innovation Hub, divisione Open Innovation. Pertanto, il Coordinatore propone la sostituzione. Il consiglio approva all'unanimità.

La seconda richiesta emersa dalla riunione con il Comitato riguarda l'offerta didattica erogata per l'a.a. 24-25. Si propone di inserire un insegnamento facoltativo in lingua inglese nel percorso Innovation che approfondisca le tematiche del marketing. Pertanto, il coordinatore presenta la proposta ai membri del CdS. Non essendoci pareri contrari, il Consiglio approva all'unanimità.

Chiuso il punto 2) si passa alla discussione del **punto 3) Offerta didattica Erogata MeMI 24-25;** Il Coordinatore chiede l'approvazione dell'offerta formativa erogata per l'a.a. 2023-2024 (allegato 1) e mostra ai membri del CdS le principali modifiche apportate. Mostra inoltre la lista di opzionali consigliati agli studenti, a cui è stato aggiunto un opzionale puro in lingua inglese dall'etichetta "Marketing Innovations" (allegato 2). Il consiglio approva all'unanimità.

Chiuso il punto 3) si passa alla discussione del **punto 4) Manifesto e Regolamento Didattico MeMI.** Il Coordinatore porta all'approvazione i due documenti, precedentemente allegati via mail a tutti i partecipanti del Consiglio. I nuovi documenti contengono le modifiche connesse alla nuova Offerta programmata della Coorte 24-25, i nominativi dei rappresentanti degli studenti, e inoltre, tali documenti recepiscono i suggerimenti pervenuti dalla SIEGI (Allegato 3). Le interlocuzioni con la SIEGI per allineare i contenuti delle parti comuni del Manifesto agli studi e del Regolamento Didattico sono tuttora in corso, quindi il Coordinatore chiede al consiglio il mandato di apportare, eventualmente, modifiche non sostanziali ai documenti. Non essendoci pareri contrari, il Consiglio approva all'unanimità.

Chiuso il punto 4) si passa alla discussione del **punto 5) Gruppo AQ.** Il Coordinatore conferma la composizione del Gruppo AQ per il prossimo anno accademico, ovvero Paolo Popoli, Giorgia Rivieccio, Francesca Battaglia. In vista delle nuove nomine di rappresentanti degli studenti, si propone di inserire la studentessa Maria Ianniello quale rappresentante della compagine di studenti MeMI. Il Consiglio approva all'unanimità.

Chiuso il punto 5) si passa alla discussione del **punto 6) Quadri Scheda SUA.** Il Coordinatore porta all'approvazione i Quadri della scheda SUA in scadenza, già allegati via mail ai membri del Consiglio. La scadenza di tali quadri è fissata al 15 Giugno 2024, ma il PQA ha suggerito una scadenza interna del 31 maggio. Il coordinatore illustra i principali cambiamenti, soprattutto in relazione all'aggiornamento delle iniziative e della documentazione allegata (Allegato 4 e 5). Propone inoltre di approvare la lista dei docenti di riferimento (Allegato 6). Tuttavia, poiché per completare alcuni quadri della Scheda sono necessari dati provenienti dagli Uffici centrali di Ateneo, e tali dati non sono ancora pervenuti, il Coordinatore chiede al consiglio il mandato di apportare, eventualmente, modifiche non sostanziali ai quadri in approvazione. Non essendoci pareri contrari, il consiglio approva all'unanimità.

Chiuso il punto 6) si passa alla discussione del **punto 7) Definizione del termine di chiusura per la presentazione delle domande di pre-ammissione da parte degli studenti internazionali sul portale University.**

Il Coordinatore informa il Consiglio circa la volontà di definire il termine di chiusura per la presentazione delle domande di pre-ammissione da parte degli studenti internazionali sul portale University al 15 luglio 2024.

La scelta di anticipare il termine per la chiusura delle iscrizioni è motivata principalmente dalla

**Dipartimento di
Studi Aziendali
e Quantitativi**

volontà di fornire una valutazione alle istanze prima del mese di agosto, allo scopo di consentire agli studenti ammessi di procedere in tempo con le procedure di visto necessarie e di poter iniziare la propria carriera universitaria all'inizio dell'anno accademico. Interviene il prof. Michele Simoni chiedendo se la scadenza anticipata possa anche influire sulla qualità degli studenti internazionali incoming. Il Coordinatore risponde che non vi è evidenza di questa correlazione, ma la proposta ha l'obiettivo di consentire agli studenti internazionali di frequentare le lezioni e di stare al passo con i programmi degli insegnanti erogati. Il coordinatore sottolinea anche che il miglioramento di livelli di qualità di studenti stranieri in ingresso è un processo in itinere, sul quale il CdS sta costantemente lavorando. Il coordinatore ricorda infatti che da quest'anno sono state intraprese alcune azioni, tra cui il tutoraggio dedicato a studenti internazionali per colmare le lacune e rafforzare le conoscenze dei contenuti degli insegnamenti del percorso MeMI.

Non essendoci pareri contrari, il Consiglio approva termine di chiusura per la presentazione delle domande delle domande di pre-ammissione da parte degli studenti internazionali sul portale University al 15 luglio 2024.

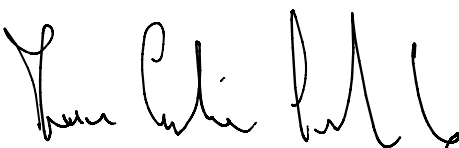
Chiuso il punto 7) si passa alla discussione del punto **8) Varie ed eventuali**. Interviene la dott.ssa Maria Cristina Pietronudo che chiede chiarimenti sulla modalità di discussione della tesi in sede di seduta di laurea per gli studenti del percorso Innovation. Nello specifico si chiede se gli studenti siano tenuti a discuterla in lingua inglese oppure in italiano. Il Coordinatore comunica che la questione è stata sollevata anche da altri colleghi della SIEGI e verrà pertanto discussa in sede di scuola. Intervengono in tal senso il Prof. Michele Simoni e la Prof.ssa Adele Parmentola che ritengono necessario la discussione in lingua inglese per due ragioni, i) il percorso di laurea accoglie studenti stranieri ai quali non si può chiedere di discutere l'elaborato finale in italiano; ii) la seduta finale è un esame e come per gli altri esami del percorso è previsto che la discussione avvenga in lingua inglese. Tuttavia, ribadiscono la necessità di regolamentare una pratica; la Prof.ssa Parmentola sottolinea infatti che nei regolamenti è specificato che la tesi può essere redatta in lingua inglese o qualsiasi altra lingua dell'Unione Europea, ma non vi è alcun chiaro riferimento alla discussione orale dell'elaborato.

Il coordinatore propone dunque di farsi portatore di una richiesta da parte dell'intero CdS che propone di mantenere e formalizzare che la discussione della tesi, in seduta di laurea, avvenga in lingua inglese. Il Consiglio approva all'unanimità. Chiuso il punto 8) il Coordinatore alle ore 12:47 dichiara sciolta la riunione.

Letto approvato e sottoscritto.

Il Segretario

(Dott.ssa Maria Cristina Pietronudo)



Il Presidente

(Prof.ssa Ilaria Tutore)



Allegato 2 - Proposta Opzionali

CdS Marketing e Management Internazionale (MeMI) - Opzionali consigliati A.A. 2024/2025

- Marketing Innovations (SECS-P/08 in lingua inglese erogato da MEMI)
- Human resource Management for Innovation (SECS-P/10 erogato da MEMI)
- Corporate Strategy (SECS-P/08 erogato da AFCA)
- Economics of Innovation (SECS-P/01 erogato da FAFM)
- Corporate Finance (SECS-P/11 erogato da AFCA)
- Digital Marketing (SECS-P/08 erogato da MEMI curriculum Marketing – solo per gli iscritti al curriculum Management)
- International Innovation network (SECS-P/08 erogato da MEMI curriculum Management – solo per gli iscritti al curriculum Marketing)
- International service management (SECS-P/08 erogato da MEMI curriculum Management – solo per gli iscritti al curriculum Marketing)

Allegato 3 - Manifesto agli studi e Regolamento didattico

Regolamento didattico del Corso di Laurea in Marketing e Management Internazionale

Art. 1 Denominazione del Corso di Laurea

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

Art. 2 Disciplina e Strutture di riferimento del Corso di laurea

1. Il presente Regolamento disciplina l'organizzazione didattica del Corso di Laurea, in ossequio e ad integrazione di quanto previsto dal Regolamento didattico di Ateneo – parte generale e fatte salvo le determinazioni dell'Ateneo conseguenti all'emergenza sanitaria da Covid 19.
2. Il Corso di Laurea afferisce al Dipartimento di Studi Aziendali e Quantitativi ed è compreso nell'area di competenza della Scuola interdipartimentale di Economia e Giurisprudenza (SIEGI - d'ora in poi Scuola).
3. L'organo collegiale di gestione del Corso di laurea è il Consiglio di Corso di Studi di Marketing e Management Internazionale (Consiglio di CdS).
4. Le competenze di dette strutture, in merito all'organizzazione del Corso di Laurea, sono stabilite dallo Statuto, dal Regolamento didattico di Ateneo – parte generale e dal Regolamento di funzionamento della Scuola.
5. La Scuola è sede amministrativa del Corso di Laurea al fine del rilascio del titolo.

Art. 3 Conoscenze richieste per l'accesso

1. Il Corso di Laurea è ad accesso non programmato.
2. Per l'ammissione al Corso di Laurea Magistrale in Marketing e Management Internazionale è richiesto il possesso della Laurea in una delle classi L-18 e L-17 (Scienze dell'Economia e della Gestione Aziendale) o in una delle corrispondenti classi ex D.M. 509/99 o altro titolo equipollente conseguito in Italia o all'estero. Possono accedere al Corso anche i laureati in possesso di una laurea di durata triennale di classe diversa, di un diploma universitario, di una laurea magistrale a ciclo unico ovvero di altro titolo di studio conseguito in Italia o all'estero, riconosciuto idoneo. In questo caso, è richiesto il possesso di un livello adeguato di conoscenze di base in ambito aziendale, economico, giuridico e quantitativo.
3. Nel caso di laurea in classi diverse dalla L-18 ed L-17, è necessario, oltre alla conoscenza della lingua inglese equivalente almeno al livello B1, aver conseguito un numero minimo di Crediti Formativi Universitari in determinati Settori Scientifico-Disciplinari pari a:

- a. 33 CFU area aziendale (insieme dei settori s.s.d da SECS-P/07 a SECS-P/11 e SECS-P/13);
 - b. 15 CFU area economica (insieme dei settori s.s.d da SECS-P/01 a SECS-P/06 e SECS-P/12);
 - c. 18 CFU area giuridica (insieme dei settori s.s.d da IUS-01 a IUS-21);
 - d. 12 CFU area statistico-matematica (insieme dei settori s.s.d da SECS-S/01 a SECS-S/06 e da MAT/01 a MAT/09).
4. L'ammissione alla Laurea Magistrale prevede la valutazione individuale delle conoscenze richieste in ingresso e dei requisiti curriculari; in particolare la conoscenza della lingua inglese almeno di livello B1. Una Commissione, nominata dal Presidente della Scuola su proposta del Coordinatore del Corso e del Direttore di Dipartimento, si occuperà di valutare periodicamente il curriculum dei candidati, verificando il possesso dei requisiti individuati dal bando.
5. Coloro che sono in possesso dei requisiti curriculari possono accedere al corso secondo le seguenti modalità, pubblicizzate nel bando, nel Manifesto degli Studi e sul sito web della Scuola:
- a) i laureati triennali che rispettano i requisiti curriculari e hanno un voto di laurea superiore a 94 possono procedere con l'immatricolazione.
 - b) Per i laureati triennali che rispettano i requisiti curriculari, ma hanno un voto di laurea inferiore o uguale a 94, la Commissione provvederà a valutare l'adeguatezza della loro preparazione attraverso un colloquio. La Commissione, ove ne rilevi la necessità, può assegnare allo studente un tutor che lo guidi durante il primo anno del corso con azioni individuali mirate al suo proficuo inserimento nella Laurea Magistrale. Il tutor potrà essere assegnato anche ai candidati che hanno una media superiore a 94 nel caso in cui il loro curriculum evidenzii situazioni peculiari che potrebbero potenzialmente rallentare il percorso formativo dello studente.

Articolo 4

Struttura del Corso

1. La durata legale del Corso di laurea è di due anni.
2. Per il conseguimento del titolo lo studente deve acquisire 120 CFU, riconducibili alle seguenti tipologie di Attività Formative (TAF): caratterizzanti, affini, a scelta dello studente, prova finale, stage o tirocinio e altre attività.
3. Il Corso di laurea si articola in 12 esami, verifiche per le abilità linguistiche, uno stage o un'attività sostitutiva e la prova finale (elaborato scritto dal contenuto originale).
4. L'articolazione del percorso formativo (Piano degli Studi) è indicata nella Banca-dati dell'offerta formativa (SUA-CdS), relativa alla coorte di studenti che si immatricola nell'anno accademico di riferimento, nel Manifesto degli studi, e viene pubblicata prima dell'inizio di ogni anno accademico sul sito di Ateneo, sezione Didattica. Il corso prevede un anno comune e quattro curriculum: un curriculum in Management Internazionale, un curriculum in Marketing, un curriculum in Innovation e un curriculum in Entrepreneurship. L'articolazione dei curriculum è resa pubblica nel sito Orientamento dell'Ateneo, nella scheda SUA, sul sito della Scuola Interdipartimentale e sul sito di Dipartimento. Dopo un anno comune, in cui i discenti acquisiscono conoscenze avanzate negli ambiti del cross-cultural management, del business design, della gestione finanziaria delle imprese

internazionali, della politica economica e dell'economia internazionale e completano la preparazione linguistica, gli studenti scelgono uno dei quattro curriculum previsti. Il curriculum Marketing è finalizzato a sviluppare conoscenze avanzate di marketing (SECS-P/08) affiancate da insegnamenti di discipline statistiche (SECS-S03) e giuridiche (IUS/04 e IUS/14), tutte fortemente focalizzate sul marketing e sul rapporto con i clienti e i concorrenti. Il curriculum Management Internazionale è focalizzato, invece, sulle problematiche che devono essere affrontate dai manager nelle scelte strategiche di internazionalizzazione; gli insegnamenti caratterizzanti e affini si focalizzano su problematiche quantitative di analisi di mercato (SECS-S/03), su discipline giuridiche (IUS/12 e IUS/13) e di management (SECS-P/08); tutti gli insegnamenti intendono formare, nelle specifiche discipline, competenze utili alla gestione delle attività geograficamente disperse e alla pianificazione dei processi di internazionalizzazione. Il curriculum Innovation è finalizzato a sviluppare competenze relative all'implementazione e gestione dell'innovazione attraverso insegnamenti caratterizzanti e affini che si focalizzano sugli aspetti gestionali (SECS-P/08), quantitativi relativi alla gestione dei dati utili all'implementazione dei processi di innovazione (SECS-S/03), e al diritto, con specifico riferimento alla protezione della proprietà intellettuale e alla gestione e tutela dei dati (IUS/04 e IUS/14). Il curriculum Entrepreneurship intende formare conoscenze e competenze utili all'avvio di nuove attività imprenditoriali e a rafforzare l'orientamento imprenditoriale dei futuri manager, business developer e growth expert con insegnamenti dei settori scientifico-disciplinari SECS-P/08, SECS-S/03, IUS/14 e IUS/01 focalizzati sugli aspetti indicati. Comuni ai quattro curriculum sono lo stage in azienda per 3 CFU (o attività sostitutive) e la tesi finale, di tipo sperimentale, svolta sotto la guida di un docente relatore e di un docente correlatore.

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

Articolo 5

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

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

Articolo 6

Piano di studi Insegnamenti e altre attività formative

1. Il Piano degli Studi, è riportato **nell'Allegato 1** al presente regolamento, e può essere annualmente aggiornato secondo quanto indicato nel precedente articolo.
2. L'elenco degli insegnamenti e delle attività formative del Corso di studio contenuto nell'Allegato, riporta: a) i CFU e l'eventuale articolazione in moduli; b) il settore scientifico-disciplinare (SSD), c) la tipologia di attività formativa (TAF).
3. Gli studenti iscritti al corso hanno la possibilità di concorrere per il Double Degree rilasciato ai Laureati che abbiano seguito il percorso della convenzione con l'Università di Vilnius. Gli studenti del percorso marketing hanno la possibilità di conseguire, oltre alla Laurea, il diploma di Master in Marketing and Integrated Communication; gli studenti del percorso Management hanno, invece, la possibilità di ottenere, oltre alla Laurea, il diploma di Master in Global Business and Economics. Tale opportunità di Double Degree è offerta associando alla laurea magistrale, previo superamento della relativa selezione, il diploma di Master mention Management et Commerce International per gli studenti del percorso Management, rilasciato dall' University Of Bordeaux -IAE, Francia.

Gli studenti dei curriculum Innovation e Entrepreneurship potranno partecipare alla selezione per ottenere il doppio titolo cumulando alla Laurea il Master in Entrepreneurship and Innovation Management, sviluppato nell'ambito del MIT-Parthenope Global Program. Per conseguire il doppio titolo, i discenti dovranno completare le attività previste nell'accordo e trascorrere un periodo di due settimane all'estero. Una volta completato il percorso universitario, i laureandi o laureati che hanno conseguito i CFU del Master, potranno completare le attività e lo stage previste da quest'ultimo e conseguire oltre alla Laurea il Diploma di Master. La selezione per il Master avviene a settembre e gli studenti selezionati continueranno sul curriculum Entrepreneurship costruito; gli altri continueranno sul curriculum Innovation.

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

Art. 7 Calendario e articolazione delle attività didattiche

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

Art. 8 Frequenza dei corsi e propedeuticità

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

Art. 9 Studenti non a tempo pieno

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

Art. 9bis Studenti atleti

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

Art. 10 Modalità di verifica dell'apprendimento

1. Per ciascuna attività formativa è previsto un accertamento conclusivo alla fine del periodo in cui si è svolta l'attività. Per le attività formative articolate in moduli la valutazione finale del profitto è comunque unitaria e collegiale.
2. Il periodo di svolgimento degli appelli d'esame viene pubblicato sul sito web della Scuola all'inizio dell'anno didattico. Il calendario delle verifiche di profitto prevede ordinari e straordinari, questi ultimi riservati agli studenti fuori corso e agli studenti dell'ultimo anno in debito di esame. I periodi di apertura di questi appelli sono indicati annualmente nel calendario didattico.
3. Gli accertamenti finali possono consistere in: esame orale o prova scritta o relazione scritta o orale sull'attività svolta oppure test con domande a risposta libera o a scelta multipla o prova di laboratorio o project work o esercitazione al computer. Le modalità dell'accertamento finale, che possono comprendere anche più di una tra le forme su indicate, nonché i relativi criteri di valutazione, sono indicati prima dell'inizio di ogni anno accademico dal docente responsabile dell'attività formativa.
4. Le verifiche del profitto si svolgono previo accertamento dell'identità dei candidati e sono effettuate in presenza di pubblico.
5. Con il superamento dell'accertamento conclusivo lo studente acquisisce una votazione espressa in trentesimi o una idoneità, unitamente ai CFU attribuiti all'attività formativa.
6. E' consentito lo svolgimento di accertamenti parziali in itinere (prove in itinere), programmati dal docente all'interno dei periodi individuati nel calendario didattico, previo coordinamento con i docenti dei corsi erogati nello stesso semestre e comunicazione al Coordinatore del Corso di studio.
7. Le Commissioni giudicatrici degli esami e delle altre prove di verifica del profitto sono nominate in conformità a quanto previsto dal Regolamento Didattico di Ateneo – parte generale.

Art. 11 Periodi di studio all'estero

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

Art. 12 Trasferimento da altri corsi di studio

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

Art. 13 Prova finale

1. La prova finale, cui sono riservati 15 Cfu, consiste nella preparazione di una Tesi, risultato di un lavoro di approfondimento di una tematica afferente ad una disciplina del percorso scelta dallo studente.
2. Lo studente può inoltrare la richiesta di assegnazione dell'argomento della prova finale, secondo le procedure rese note su Esse 3, dopo aver conseguito 60 CFU ed il tempo minimo che deve decorrere tra richiesta e consegna dell'elaborato è di sei mesi
3. Nella preparazione della prova finale lo studente viene affiancato da un docente (Relatore). L'argomento della tesi è concordato tra il laureando e il Relatore, il quale sovrintende alla stesura dell'elaborato dal punto di vista metodologico e scientifico. Nel caso in cui la tesi di Laurea Magistrale venga elaborata durante il tirocinio svolto presso Aziende o Enti, al Relatore si potrà affiancare un Tutor aziendale.
4. La prova è rivolta ad accertare le capacità di elaborazione e di comunicazione dello studente. Nello specifico, l'elaborato scritto a contenuto teorico-sperimentale deve essere dotato di originalità e può consistere in: un approfondimento di una o più delle problematiche affrontate dallo studente durante il periodo di stage; un approfondimento di una tematica analizzata durante il corso di studi, corredata da un'opportuna analisi empirica o analisi multipla di casi reali.
5. Gli standard applicabili per la stesura della prova finale da parte dello studente e per la valutazione della prova stessa saranno definiti nell'ambito del regolamento della Scuola.
6. La Commissione, predisposta dall'Ufficio della Scuola interdipartimentale di Economia e Giurisprudenza, e nominata dal Direttore del DISAQ, con valutazione unanime, può concedere al candidato il massimo dei voti con lode. Il voto minimo per il superamento della prova è sessantasei centodecimi. Lo svolgimento della prova finale e la proclamazione del risultato finale sono pubblici.
7. Tutti i professori di ruolo e i ricercatori debbono far parte di una Commissione e possono essere aggregati ad una Commissione di laurea i docenti a contratto.
8. All'elaborato (prova finale) possono essere assegnati massimo punti 7.
9. Il voto finale di laurea è la somma del voto di base, del punteggio attribuito alla qualità della prova finale e del punteggio premiale attribuito allo studente. Le modalità di calcolo del voto di base e le premialità sono riportate **nell'Allegato 2**.

10. Allo studente che raggiunge come valutazione complessiva 110/110 può essere attribuita la lode.
11. La seduta di proclamazione si tiene ogni mese, ad eccezione di agosto. Il calendario di tali sedute è pubblicato semestralmente sul sito della Scuola.

Art. 14 Iscrizione e frequenza di singoli insegnamenti

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

Art. 15 Coordinatore, responsabili e rappresentanti

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

Art. 16**Ulteriori aspetti organizzativi e servizi offerti agli studenti**

1. Le informazioni relative all'organizzazione dei servizi agli studenti di pertinenza del Consiglio di Corso di studi in Marketing e Management Internazionale, unitamente alle informazioni sui compiti svolti e sui servizi offerti agli studenti dagli organi di Ateneo, quali: segreterie didattiche, aule, sale studio, laboratori e aule informatiche, biblioteche, servizi a studenti con disabilità, servizi di supporto agli studenti fuori corso, sito web del Corso di studio, portale studenti, piattaforme di e-learning, modalità di ricevimento studenti, internazionalizzazione, orientamento e tutorato (in ingresso, in itinere e in uscita), organizzazione dell'assicurazione della qualità, nonché i regolamenti relativi agli esami singoli sono consultabili nei documenti inclusi nel sito web di Ateneo (Regolamento generale di Ateneo e Regolamento didattico di Ateneo) e presso i siti web di Ateneo e della Scuola Interdipartimentale di Economia e Giurisprudenza.

Art. 17 Ambito e termini di applicazione

1. Il presente Regolamento si applica a tutti gli immatricolati al Corso di Laurea per l'aa. 2023-2024.

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

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

Insegnamento	SSD	CFU	ANNO	TAF
Cross cultural management mod. I	SECS-P/08	6	1	Caratterizzante
Cross cultural management mod. II	SECS-P/08	3	1	Caratterizzante
Risk management	SECS-P/11	6	1	Caratterizzante
Innovation and business design mod. I	SECS-P/08	6	1	Caratterizzante
Innovation and business design mod. II	SECS-P/08	3	1	Caratterizzante
Political economy and innovation	SECS-P/02	6	1	Caratterizzante
International Monetary Economics	SECS-P/01	9	1	Caratterizzante
IEBM mod I (Internationalization and Export Management)	SECS-P/08	6	1	Caratterizzante
IEBM mod II (Brand Management)	SECS-P/08	3	1	Caratterizzante
Cross cultural management mod. I	SECS-P/08	6	1	Caratterizzante
Cross cultural management mod. II	SECS-P/08	3	1	Caratterizzante
Gestione finanziaria delle imprese internazionali	SECS-P/11	6	1	Caratterizzante
Innovation and business design mod. I	SECS-P/08	6	1	Caratterizzante
Innovation and business design mod. II	SECS-P/08	3	1	Caratterizzante
Politica economica e globalizzazione	SECS-P/02	6	1	Caratterizzante
Economia monetaria internazionale	SECS-P/01	9	1	Caratterizzante

**Dipartimento di
 Studi Aziendali
 e Quantitativi**

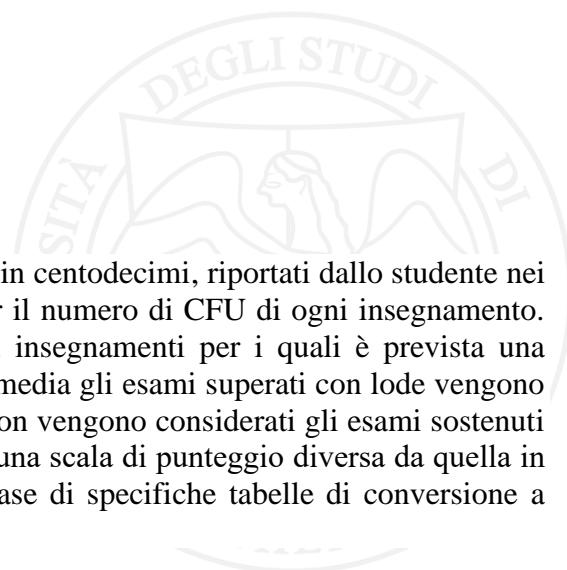
IEBM mod I (Internazionalizzazione ed export management)	SECS-P/08	6	1	Caratterizzante
IEBM mod II (Brand Management)	SECS-P/08	6	1	Caratterizzante
Abilità linguistica in lingua inglese	L-LIN/12	6	1	Altre attività
Abilità linguistica in lingua francese	L-LIN/04	6	1	Altre attività
Business Law and data protection	IUS/01	6	2	affine
Project management	SECS-P/08	6	2	affine
Entrepreneurship and creativity mod. I	SECS-P/08	6	2	caratterizzante
Entrepreneurship and creativity mod. II	SECS-P/08	3	2	caratterizzante
Big data statistics and business analytics mod I	SECS-S/03	6	2	caratterizzante
Big data statistics and business analytics mod II	SECS-S/03	3	2	caratterizzante
IP Law	IUS/04	6	2	Caratterizzante
Big data Statistics for Business mod. I	SECS-S/03	6	2	Caratterizzante
Big data Statistics for Business mod. II	SECS-S/03	3	2	Caratterizzante
Patent Law	IUS/04	6	2	Caratterizzante
EU Law and Digital Data	IUS/14	6	2	Affine
Project Management for innovation	SECS-P/08	6	2	Affine
Entrepreneurship mod. I	SECS-P/08	6	2	Caratterizzante
Entrepreneurship mod. II	SECS-P/08	3	2	Caratterizzante
International Innovation network mod. I	SECS-P/08	6	2	Caratterizzante
International Innovation network mod. II	SECS-P/08	3	2	Caratterizzante
Business ethics & CSR	SECS-P/08	6	2	Affine
International M&A	SECS-P/08	6	2	Affine

**Dipartimento di
 Studi Aziendali
 e Quantitativi**

Modelli per l'analisi statistica	SECS-S/03	9	2	Caratterizzante
Fiscalità di impresa multinazionale	IUS/12	6	2	Caratterizzante
Diritto del commercio internazionale	IUS/13	6	2	Affine
Service Marketing and Innovation	SECS-P/08	6	2	Affine
Reatail management	SECS-P/08	6	2	Affine
Digital marketing	SECS-P/08	9	2	Caratterizzante
Customer behavior	SECS-P/08	9	2	Caratterizzante
Metodi quantitativi per le analisi di mercato	SECS-S/03	9	2	Caratterizzante
Diritto per il marketing	IUS/04	6	2	Caratterizzante
Diritto dell'UE della concorrenza	IUS/14	6	2	Affine

**TABELLA CORRISPONDENZA
 ESAMI MASTER MEIM**

Modulo MEIM	Esami riconosciuti MeMI	CFU
Entrepreneurship	Entrepreneurship and Creativity	9
Big Data and Knowledge Management o AI	Big data statistics and business analytics	9
Technology and IP management	IP Law	6
Project Management	Project management	6
Digital Strategies	Business Law and data protection	6
Business English	Abilità linguistica - inglese	6
Soft Skill empowerment	ATTIVITA' SOSTITUTIVE	3
Strategy	Corporate Strategy (Opzionale)	9
Totale		54



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

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

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

Il punteggio premiale da attribuire allo studente è così definito:

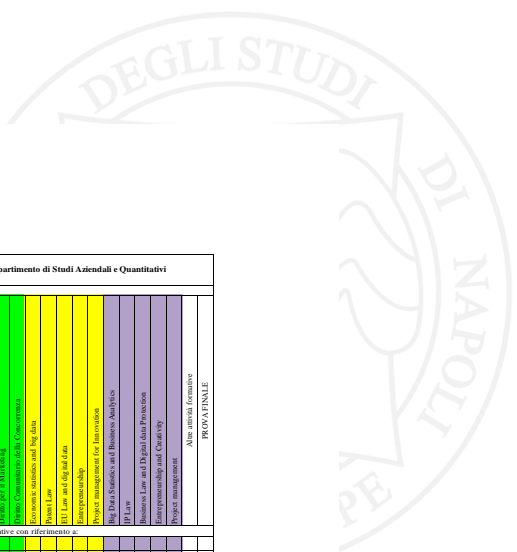
Premialità	Punti
Durata del percorso universitario	
- In corso	2
Partecipazione a ulteriori attività	
- 12 cfu maturati all'estero con il programma ERASMUS+ incluso i CFU maturati per stage curriculari svolti all'estero	3
Qualità del percorso di studio. La media si intende approssimata per troncamento.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

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

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

Dipartimento di
**Studi Aziendali
e Quantitativi**

Matrice di Tuning



Matrice: competenze versus unità didattiche		Corsi di laurea in Marketing e Management Internazionale - Dipartimento di Studi Aziendali e Quantitativi classe LM-77																			
Competenze sviluppare e verificare	Unità didattiche (col eventuali attività associate)	AREA																			
		Civico/Urban Management	Generata Finanziaria dalla Impresa - International Risk Management	Informazione e Innovazione nel Business Design	Business Management (BIM)	Business Management (BIM II)	Business Model (BM)	Business Model (BM) - International	Business Model (BM) - International	Business Model (BM) - International	Business Model (BM) - International	Business Model (BM) - International	Business Model (BM) - International	Business Model (BM) - International	Business Model (BM) - International	Business Model (BM) - International	Business Model (BM) - International	Business Model (BM) - International	Business Model (BM) - International	Business Model (BM) - International	
A. CONOSCENZA E CAPACITÀ DI COMPRENSIONE		Acquisizione di competenze teoriche e operative con riferimento a:																			
Capacità di comprensione delle scelte di marketing e dei fattori che impattano sulle scelte	AZIENDALE	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Conoscenza avanzata sulla gestione del brand e dei canali di distribuzione	AZIENDALE	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Conoscenza avanzata delle politiche di marketing	AZIENDALE	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Comprensione delle problematiche legate al management e alla comunicazione interculturale	AZIENDALE	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Conoscenza degli strumenti per l'ottimizzazione del diversity management	AZIENDALE	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Conoscenza legata al processo di sviluppo di nuovi mercati esteri	AZIENDALE	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Conoscenza delle problematiche finanziarie e degli strumenti di gestione finanziaria	AZIENDALE	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Conoscenza avanzata sulla gestione dei servizi in ambito internazionale	AZIENDALE	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Conoscenza sul funzionamento dei network, nel loro sviluppo e innovazione	AZIENDALE	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Comprensione delle problematiche legate alla progettazione e implementazione dell'innovazione	AZIENDALE	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Comprensione dei fenomeni economici internazionali	ECONOMICA	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Comprensione delle dinamiche legate all'innovazione dei mercati	ECONOMICA	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Comprensione dell'impatto dei fenomeni macro sulle scelte strategiche e operative	ECONOMICA	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Comprensione degli aspetti giuridici legati all'internazionalizzazione	GIURIDICO	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Comprensione degli aspetti giuridici legati al marketing	GIURIDICO	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Comprensione delle norme e dei principi che regolano lo sviluppo delle grandi imprese	GIURIDICO	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Comprensione degli aspetti giuridici legati alla gestione dei dati	GIURIDICO	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Comprensione degli aspetti giuridici legati alla protezione dei dati	GIURIDICO	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Capacità di raccolta e comprensione dei dati utili alle decisioni strategiche	STATISTICO-MATEMATICA	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Capacità di raccolta e comprensione dei dati utili alle scelte di marketing	STATISTICO-MATEMATICA	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
B. CAPACITÀ APPLICATIVE		Acquisizione di competenze applicative con riferimento a:																			
Capacità di individuare nuove opportunità di business	AZIENDALE	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Capacità di analizzare e gestire i processi di marketing	AZIENDALE	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Capacità di pianificare la strategia di ingresso in un mercato estero	AZIENDALE	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Capacità di coordinare e gestire team multiculturali	AZIENDALE	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Capacità di negoziare e comunicare con attori di altri contesti	AZIENDALE	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Capacità di gestire i canali di distribuzione	AZIENDALE	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Capacità di pianificare e gestire politiche di brand	AZIENDALE	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Capacità di pianificare azioni per ottimizzare il rapporto con i consumatori	AZIENDALE	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Capacità di individuare gli strumenti finanziari più idonei alla gestione delle imprese	AZIENDALE	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Capacità di progettare e implementare processi innovativi	AZIENDALE	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Capacità di analizzare e comprendere le azioni necessarie a fronteggiare i cambiamenti ambientali	ECONOMICA	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Capacità di applicare le conoscenze teoriche affiancate dai mercati di sbocco	ECONOMICA	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Capacità di applicare ai strumenti statistici alle decisioni strategiche	STATISTICO-MATEMATICA	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Capacità di applicare ai strumenti statistici alle analisi di marketing	STATISTICO-MATEMATICA	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Capacità di analizzare e interpretare i dati	STATISTICO-MATEMATICA	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Capacità di qualificare le fattispecie giuridiche e individuare la disciplina da applicare ai casi specifici	GIURIDICO	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Capacità di applicare le conoscenze giuridiche a casi concreti	GIURIDICO	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
C. AUTONOMIA DI GIURIDICO		Acquisizione di consapevole autonomia di giudizio con riferimento a:																			
Ristrutturare in autonomia le fonti informative	GIURIDICO	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Capacità critica di lettura ed interpretazione dei fenomeni	GIURIDICO	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Capacità di raccolta, lettura e interpretazione delle informazioni necessarie per analizzare i comportamenti competitivi delle imprese	GIURIDICO	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Minimare rischi gestionali correlati alla gestione dell'impresa internazionalizzata	GIURIDICO	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Autonomia nella applicazione delle norme e nella valutazione di problematiche legali	GIURIDICO	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Raccolta, sintesi e lettura autonoma di dati e informazioni	GIURIDICO	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
D. ABILITÀ NELLA COMUNICAZIONE		Acquisizione di adeguate competenze e strumenti per la comunicazione con riferimento a:																			
Acquisizione di un vocabolario tecnico specifico avanzato	GIURIDICO	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Capacità di formalizzare in forma scritta le conoscenze teoriche	GIURIDICO	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Capacità di presentare in pubblico le proprie analisi e i risultati conseguiti	GIURIDICO	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Capacità di comunicare e presentare in lingua inglese	GIURIDICO	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
E. CAPACITÀ DI APPRENDIMENTO		Acquisizione di adeguate capacità per lo sviluppo e l'approfondimento di ulteriori competenze, con riferimento a:																			
Simulazione della capacità di applicare le conoscenze a casi concreti	GIURIDICO	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Acquisizione della capacità di utilizzare fonti di lingua inglese	GIURIDICO	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Simulazione della capacità di ricercare in maniera autonoma materiale scientifico e integrarlo	GIURIDICO	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Capacità di selezionare gli strumenti utili alla soluzione di problemi specifici e allo sviluppo di analisi specifiche	GIURIDICO	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

X: QUESTA COMPETENZA È SVILUPPATA E VERIFICATA e FA PARTE DEI RISULTATI DELL'APPRENDIMENTO DELLA UNITÀ DIDATTICA indicata in colonna
 Curriculum Marketing
 Curriculum Management Internazionale
 Curriculum Innovation
 Curriculum Entrepreneurship

Corso di Laurea Magistrale – *Marketing e Management Internazionale (MeMI)*

Classe di Laurea LM-77

Il Corso afferisce al Dipartimento di Studi Aziendali e Quantitativi (**DiSAQ**)
ed è compreso nell'area di competenza della Scuola di Economia e Giurisprudenza

A. Obiettivi formativi

Il corso di laurea in Marketing e Management Internazionale è disegnato per laureati di corsi triennali interessati ad un percorso formativo con taglio manageriale, focalizzato sui temi dell'internazionalizzazione, del marketing e dell'innovazione e che possa formarli in modo da interpretare le principali sfide delle imprese nei contesti internazionali. Il corso costituisce il naturale proseguimento e completamento del corso di laurea di primo livello in Economia Aziendale (classe L-18) ma accoglie, con pari successo, laureati provenienti da altri corsi triennali nei quali i discenti abbiano maturato idonee conoscenze di base nell'area aziendale, economica, giuridica e statistico-matematica.

Il corso di laurea magistrale in Marketing e Management Internazionale ha l'obiettivo di sviluppare le conoscenze e le competenze legate alle attività internazionali delle imprese ed alle connesse problematiche di management, di marketing e di gestione dell'innovazione, sia a livello strategico sia a livello operativo. In particolare, il corso di studio permette allo studente di acquisire: contenuti e teorie da diversi campi, che spaziano dall'economia al management, al marketing, alla statistica, alla finanza, al diritto, all'imprenditorialità e alla gestione dell'innovazione; conoscenze e competenze che permettono di affrontare le sfide dell'internazionalizzazione anche in mercati significativamente diversi da quelli familiari e di ricercare per essi gli approcci strategici/operativi e le politiche di marketing più appropriate.

I processi di apprendimento dei discenti vengono stimolati e potenziati attraverso l'impiego di metodologie didattiche tradizionali, come lezioni frontali, project work per favorire l'orientamento al team working, approcci learning by doing attraverso lo studio di casi e metodologie innovative come il design thinking o i business game. Il percorso si arricchisce dalla vicinanza con il mondo aziendale ed imprenditoriale grazie a seminari tematici tenuti da manager ed esperti di valenza internazionale.

Il corso è articolato in quattro curricula e comprende insegnamenti per un totale di 12 esami. Al momento dell'iscrizione, gli immatricolati scelgono il curriculum che intendono seguire, ma possono modificare la propria scelta entro l'inizio del secondo anno. Il primo anno, comune come contenuti a tutti e quattro i curricula, può essere frequentato in lingua italiana o in lingua inglese; dei quattro curriculum previsti, quello Innovation e quello Entrepreneurship prevedono anche al secondo anno esami in lingua inglese. Durante il primo anno, i discenti acquisiscono conoscenze avanzate negli ambiti del Cross-Cultural Management, dell'innovation and business design, della gestione finanziaria delle imprese internazionali, della politica economica, dell'economia internazionale e completano la loro preparazione linguistica.

Al secondo anno, gli studenti optano per il curriculum. Il percorso Marketing è finalizzato a sviluppare conoscenze avanzate di marketing (SECS-P/08) affiancate da insegnamenti di discipline statistiche (SECS-S03) e giuridiche (IUS/04 e IUS/14), correlate allo sviluppo e implementazione delle scelte di marketing. Il curriculum Management Internazionale è focalizzato, invece, sulle problematiche che devono essere affrontate dai manager nelle scelte strategiche di internazionalizzazione e sulla gestione delle attività

**Dipartimento di
Studi Aziendali
e Quantitativi**

geograficamente disperse (SECS-P/08); gli insegnamenti dell'ambito statistico (SECS-S/03) trasferiscono le conoscenze utili allo sviluppo dei piani strategici, quelli di ambito giuridico si soffermano su aspetti specifici del commercio (IUS/13) e della fiscalità internazionale (IUS/12). Il percorso Innovation è pianificato in modo da favorire lo sviluppo di competenze legate all'individuazione delle opportunità di innovazione e alla gestione dei progetti (SECS-P/08) ed è arricchito con contenuti statistici legati all'elaborazione dei dati (SECS-S/03), giuridici legati alla tutela dell'innovazione (IUS/04) e alla gestione corretta dei dati in ambito comunitario (IUS/14). Il curriculum Entrepreneurship prevede insegnamenti e attività volte a sviluppare l'orientamento imprenditoriale e la creatività dei discenti, la loro capacità di utilizzare e gestire gli strumenti digitali (SECS-P/08), la competenza tecnica relativa all'elaborazione e interpretazione dei dati (SECS-S/03), le conoscenze giuridiche utili a difendere le innovazioni e a utilizzare correttamente i big data (IUS/04 e IUS/01).

Tutti i curriculum prevedono lo stage in azienda per 3 CFU (o attività sostitutive) e la tesi finale, di tipo sperimentale, svolta sotto la guida di un docente relatore e di un docente correlatore.

Al termine del percorso, i laureati avranno sviluppato:

- conoscenze e competenze relative ai business model e alle fonti del vantaggio competitivo delle diverse tipologie di imprese internazionali e innovative;
- conoscenze e competenze relative agli scenari competitivi globali e ai meccanismi concorrenziali dei diversi mercati nazionali ed internazionali;
- conoscenze e competenze relative ai comportamenti di acquisto e di consumo dei diversi target di consumatori;
- competenze utili alla definizione di un piano strategico e di marketing per lo start-up e la crescita internazionale delle imprese;
- capacità di dialogo e di interazione con portatori di culture differenti, in termini di credi, valori, comportamenti e pratiche manageriali;
- capacità di ottimizzare i rapporti con organizzazioni e attori di ambiti competitivi, caratterizzati da regole anche molto diverse da quelle "familiari";
- conoscenze relative ai diversi strumenti operativi per interpretare le strutture e le dinamiche di funzionamento dei mercati;
- capacità di gestire le diverse leve del marketing e comprendere le implicazioni sulla gestione delle stesse che derivano dalla globalizzazione dei mercati.
- Capacità di individuare le opportunità di innovazione e gestire la complessità legata ai cambiamenti tecnologici;
- Capacità di project management;
- Capacità di reperire e analizzare dati e informazioni utili all'elaborazione di un progetto innovativo, all'ingresso nei mercati esteri e all'elaborazione di un efficace piano di marketing e all'elaborazione di strategie di digital marketing;
- Interpretazione delle problematiche giuridiche legate alla tutela dell'innovazione e alla gestione dei dati.

Agli studenti del CDS in Marketing e Management Internazionale che superino la relativa selezione è offerta la possibilità di ottenere un doppio diploma, associando alla laurea magistrale il diploma di Master in Marketing e Integrated Communication, per gli studenti del percorso Marketing, o il diploma di Master in Global Business and Economics, per gli studenti del percorso Management, rilasciati dalla facoltà di Economia della Vilnius University, Lituania.

Tale opportunità di Double Degree è offerta associando alla laurea magistrale, previo superamento della relativa selezione, il diploma di Master mention Management et Commerce International per gli studenti del percorso Management, rilasciato dall' University Of Bordeaux -IAE, Francia.

**Dipartimento di
Studi Aziendali
e Quantitativi**

Gli studenti iscritti al curriculum Entrepreneurship che intendono completare la propria preparazione sui temi dell'Innovazione e dell'Imprenditorialità possono concorrere, invece, per il doppio titolo, ovvero la Laurea Magistrale e il Master in Entrepreneurship and Innovation Management (MEIM), sviluppato dall'Università degli Studi di Napoli Parthenope in collaborazione con la Sloan School of Management (MIT Sloan) del Massachusetts Institute of Technology (MIT), nell'ambito dei MIT Global programs. Il titolo doppio può essere ottenuto dagli studenti che superano la selezione e conseguono i crediti previsti negli accordi, ivi compresi i periodi di permanenza all'estero in essi stabiliti.

Questi percorsi permetteranno agli studenti di misurarsi con contesti culturalmente differenti, consolidare la conoscenza della lingua inglese, ampliare il know-how nella specifica area di specializzazione. Gli studenti del CDS in Marketing e Management Internazionale hanno inoltre la possibilità di cogliere le opportunità formative offerte dalle attività organizzate nell'ambito della Cattedra UNESCO "Innovation and Entrepreneurship Ecosystems in the Mediterranean and MENA Countries" presentata dal team DISAQ e Università degli Studi di Napoli "Parthenope" e diretta dal professore di Management Marco Ferretti.

La Cattedra UNESCO consentirà a docenti e studiosi provenienti dai paesi del Mediterraneo e dell'area MENA di accedere a percorsi formativi e collaborativi innovativi nell'Università Parthenope, mirati allo sviluppo di sistemi locali di innovazione (LSI) e alla definizione di strategie che migliorino la competitività delle imprese e i livelli di occupazione nei loro paesi d'origine.

B. Profilo professionale del laureato e sbocchi occupazionali

I principali sbocchi occupazionali previsti dal corso di studio sono:

- a) Esperto di import/export
- b) Country manager
- c) Channel manager
- d) Digital strategist
- e) Consulenti strategici, focus marketing, internazionalizzazione e innovazione
- f) Manager area sales & marketing nel B2B e B2C
- g) Project manager
- h) Business Developer
- i) Growth hacker
- j) Imprenditori e manager nelle aziende e istituzioni dei settori industriali e di servizi, di natura pubblica e privata

Gli esami comuni preparano il laureato a lavorare in un ambiente multiculturale, nel quale sia in grado di confrontarsi con attori portatori di valori e culture differenti. La preparazione è adatta a svolgere funzioni manageriali in imprese internazionalizzate nei diversi ambiti della gestione aziendale ed in diversi settori di attività. Più in particolare, gli studenti del percorso Marketing, acquisiranno la capacità di individuare i segmenti di mercato, gestire il posizionamento sui diversi mercati; definire le leve di marketing da utilizzare sui diversi mercati; gestire i canali di distribuzione e le politiche di brand, occuparsi della comunicazione e dell'integrazione tra online e offline.

I discenti del percorso Management internazionale saranno, invece, in grado di analizzare le opportunità e i rischi che derivano dall'ingresso in mercati esteri; selezionare le tecniche di copertura, pianificare il processo di internazionalizzazione e comprendere opportunità e limiti delle diverse modalità di ingresso; comprendere le problematiche connesse alla gestione internazionale delle attività di impresa.

Gli studenti del percorso Innovation saranno in grado di individuare nuove opportunità di business o di rivitalizzazione dello stesso, valutare i rischi delle scelte strategiche, pianificare e gestire i progetti di innovazione, analizzare i dati necessari agli stessi, comprendere le problematiche giuridiche connesse alla tutela dei dati e dei brevetti.

**Dipartimento di
 Studi Aziendali
 e Quantitativi**

Gli iscritti al percorso Entrepreneurship saranno in grado di operare con elevati livelli di proattività, affrontare le problematiche di crescita e sviluppo in maniera creativa, gestire i progetti di innovazione e l'applicazione del digitale ai processi aziendali, comprendere le problematiche giuridiche legate all'utilizzo dei big data e alla tutela della proprietà intellettuale.

C. Quadro delle attività formative

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

Gli studenti non a tempo pieno possono conseguire ogni anno un numero di crediti massimo pari a 34.

Allegato 1 – Piano di Studi

MATERIA	CFU	SSD	ATTIVITÀ	ANNO
I ANNO ITALIANO				
CROSS CULTURAL MANAGEMENT	9	SECS-P/08	CARATTERIZZANTI	1
ECONOMIA MONETARIA INTERNAZIONALE	9	SECS-P/01	CARATTERIZZANTI	1
POLITICA ECONOMICA E GLOBALIZZAZIONE	6	SECS-P/02	CARATTERIZZANTI	1
GESTIONE FINANZIARIA DELLE IMPRESE INTERNAZIONALI	6	SECS-P/11	CARATTERIZZANTI	1
INNOVATION AND BUSINESS DESIGN	9	SECS-P/08	CARATTERIZZANTI	1
INTERNAZIONALIZZAZIONE E EXPORT MANAGEMENT (IEBM I Modulo)	6	SECS-P/08	CARATTERIZZANTI	1
BRAND MANAGEMENT (IEBM II Modulo)	6	SECS-P/08	CARATTERIZZANTI	1
I ANNO REPLICA INGLESE				
CROSS CULTURAL MANAGEMENT	9	SECS-P/08	CARATTERIZZANTI	1
INTERNATIONAL MONETARY ECONOMICS	9	SECS-P/01	CARATTERIZZANTI	1
POLITICAL ECONOMY AND INNOVATION	6	SECS-P/02	CARATTERIZZANTI	1
RISK MANAGEMENT	6	SECS-P/11	CARATTERIZZANTI	1
INNOVATION AND BUSINESS DESIGN	9	SECS-P/08	CARATTERIZZANTI	1
INTERNATIONALIZATION AND EXPORT MANAGEMENT (IEBM I Modulo)	6	SECS-P/08	CARATTERIZZANTI	1
BRAND MANAGEMENT (IEBM II Modulo)	6	SECS-P/08	CARATTERIZZANTI	1
IN COMUNE AL I ANNO:				

I ABILITÀ LINGUISTICA A SCELTA TRA	6			1
INGLESE		L-LIN/12	ALTRE ATTIVITÀ	
FRANCESE		L-LIN/4	ALTRE ATTIVITÀ	
II ANNO				
Curriculum Management Internazionale				
MODELLI PER L'ANALISI STATISTICA	9	SECS-S/03	CARATTERIZZANTI	2
FISCALITÀ DI IMPRESA MULTINAZIONALE	6	IUS/12	CARATTERIZZANTI	2
DIRITTO DEL COMMERCIO INTERNAZIONALE	6	IUS/13	AFFINE	2
ESAME IN ALTERNATIVA	6			
1) <i>INTERNATIONAL M&A</i>		SECS-P/08	AFFINE	2
2) <i>BUSINESS ETHICS E CSR</i>		SECS-P/08	AFFINE	2
ESAME IN ALTERNATIVA	9			
1) <i>INTERNATIONAL SERVICE MANAGEMENT</i>		SECS-P/08	CARATTERIZZANTI	2
2) <i>INTERNATIONAL INNOVATION NETWORK</i>		SECS-P/08	CARATTERIZZANTI	2
Curriculum Marketing				
METODI QUANTITATIVI PER LE RICERCHE DI MERCATO	9	SECS-S/03	CARATTERIZZANTI	2
DIRITTO PER IL MARKETING	6	IUS/04	CARATTERIZZANTI	2
DIRITTO DELL'UE DELLA CONCORRENZA	6	IUS/14	AFFINE	2
ESAME IN ALTERNATIVA	6			
1) <i>CUSTOMER EXPERIENCE MANAGEMENT</i>		SECS-P/08	AFFINE	2
2) <i>RETAIL MANAGEMENT</i>		SECS-P/08	AFFINE	2
DIGITAL MARKETING	9	SECS-P/08	CARATTERIZZANTI	2
Curriculum Innovation				
BIG DATA STATISTICS FOR BUSINESS	9	SECS-S/03	CARATTERIZZANTI	2
PATENT LAW	6	IUS/04	CARATTERIZZANTI	2
EU LAW AND DIGITAL DATA	6	IUS/14	AFFINE	2
PROJECT MANAGEMENT FOR INNOVATION	6	SECS-P/08	AFFINE	2
ENTREPRENEURSHIP	9	SECS-P/08	CARATTERIZZANTI	2

Curriculum Entrepreneurship				
BIG DATA STATISTICS AND BUSINESS ANALYTICS	9	SECS-S/03	CARATTERIZZANTI	2
IP LAW	6	IUS/04	CARATTERIZZANTI	2
BUSINESS LAW AND DATA PROTECTION	6	IUS/01	AFFINE	2
PROJECT MANAGEMENT	6	SECS-P/08	AFFINE	2
ENTREPRENEURSHIP AND CREATIVITY	9	SECS-P/08	CARATTERIZZANTI	2
IN COMUNE AL II ANNO:				
1 ESAME OPZIONALE	9			2
STAGE O ATTIVITÀ SOSTITUTIVA	3			2
PREPARAZIONE PROVA FINALE	15			2

D. Conoscenze richieste per l'accesso

Secondo il dettato del D.M. 270/04 i requisiti necessari all'accesso alle Lauree Magistrali sono di due tipi: requisiti curriculari e adeguatezza della personale preparazione.

a) Requisiti curriculari

Per l'iscrizione è necessario il possesso di una laurea di durata triennale, di un diploma universitario ovvero di altro titolo di studio conseguito all'estero, riconosciuto idoneo, qualunque sia la sede e la classe di provenienza, che preveda l'acquisizione di un numero minimo di crediti (78) che fanno riferimento a quattro ambiti disciplinari: aziendale, economico, quantitativo, giuridico.

I requisiti minimi per l'accesso sono:

- 33 CFU area aziendale (insieme dei settori s.s.d da SECS-P/07 a SECS-P/11 e SECS-P/13);
- 15 CFU area economica (insieme dei settori s.s.d da SECS-P/01 a SECS-P/06 e SECS-P/12);
- 18 CFU area giuridica (insieme dei settori s.s.d da IUS-01 a IUS-21);
- 12 CFU area statistico-matematica (insieme dei settori s.s.d da SECS-S/01 a SECS-S/06 e da MAT/01 a MAT/09).

E' inoltre necessario possedere conoscenze e competenze almeno di livello B1 della lingua inglese.

In accordo alla normativa, eventuali integrazioni curriculari in termini di CFU dovranno essere acquisite, con esami singoli nelle aree deficitarie, prima della verifica della adeguatezza della preparazione individuale. Il numero massimo di crediti riconoscibili è pari a 30.

b) Verifica dei requisiti curriculari e dell'adeguatezza della preparazione personale

Una Commissione, nominata dal Presidente della Scuola di Economia e Giurisprudenza su proposta del Coordinatore del Corso e del Direttore di Dipartimento, si occuperà di esaminare periodicamente il curriculum dei candidati per la valutazione individuale delle conoscenze richieste per l'accesso.

Coloro che sono in possesso dei requisiti curriculari possono accedere al corso secondo le seguenti modalità, pubblicate nel bando e sul sito web della Scuola:

- c) i laureati triennali che rispettano i requisiti curriculari e hanno un voto di laurea superiore a 94 possono procedere con l'immatricolazione.
- d) Per i laureati triennali che rispettano i requisiti curriculari, ma hanno un voto di laurea inferiore o uguale a 94, la Commissione provvederà a valutare l'adeguatezza della loro preparazione attraverso un colloquio. La Commissione, ove ne rilevi la necessità, può assegnare allo studente un tutor che lo guidi durante il primo anno del corso con azioni individuali mirate al suo proficuo inserimento nella Laurea Magistrale. Il tutor potrà essere assegnato anche ai candidati che hanno una media superiore a 94 nel caso in cui il loro curriculum evidenzi situazioni peculiari che potrebbero potenzialmente rallentare il percorso formativo dello studente.

Le procedure di immatricolazione sono rese note nel bando annuale che è pubblicato on line sul sito della Scuola di Economia e Giurisprudenza.

E. Caratteristiche della prova finale

La prova finale, cui sono riservati 15 CFU, consiste nella preparazione di una Tesi, risultato di un lavoro di approfondimento di una tematica afferente ad una disciplina del percorso scelta dallo studente. Nella preparazione della prova finale il laureando è seguito da un Relatore, il docente della disciplina scelta e da un Correlatore, docente di una disciplina affine.

La tesi deve essere un lavoro dal contenuto originale ed è volta ad accertare che il laureando abbia conseguito le necessarie capacità di ricerca, di analisi ed elaborazione critica.

Il lavoro è poi presentato davanti ad una Commissione, per consentire di valutare anche le capacità del candidato di discutere ed argomentare i risultati del lavoro svolto.

Il voto base di laurea, espresso in centodecimi, si ottiene dalla media ponderata dei voti riportati negli esami di profitto (con esclusione quindi di idoneità conseguite alle abilità, esoneri, riconoscimenti, ecc.), convertita in centodecimi più un punteggio di premialità assegnato sulla base della carriera. Per gli esami conseguiti all'estero con una scala di punteggio diversa da quella in trentesimi, il voto viene convertito in trentesimi sulla base di specifiche tabelle di conversione a seconda della nazione.

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

Il punteggio premiale da attribuire allo studente è così definito:

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

La durata normale del corso di laurea ai fini dell'attribuzione della relativa premialità può essere fittiziamente incrementata di 6 mesi nei casi previsti dalle **LINEE GUIDA PER IL REGOLAMENTO**

Dipartimento di
Studi Aziendali
e Quantitativi

DELLE PROVE FINALI E DELLE TESI DI LAUREA, LAUREA MAGISTRALE E LAUREA MAGISTRALE A CICLO UNICO, disponibili sul sito di Ateneo nella sezione regolamenti/didattica.

Il numero di punti massimo ottenibile dal candidato, incluse le premialità, è comunque pari a 11. Le informazioni sulle procedure sono rese pubbliche sul sito esse3 di Ateneo.

F. Coordinatori, responsabili e rappresentanti

Il corso è coordinato dalla Prof.ssa Ilaria Tutore.

Il Gruppo Qualità è composto dai docenti:

- Francesca Battaglia,
- Paolo Popoli,
- Giorgia Riviaccio;

e dallo studente

- Maria Ianniello

Il gruppo monitora la qualità del corso e redige i commenti alla scheda di monitoraggio e i rapporti di riesame ciclico.

I tutor del corso sono:

- Rossella Canestrino,
- Cecilia Pasquinelli,
- Maria Cristina Pietronudo
- Annarita Sorrentino.

Partecipano, infine, ai consigli di corso di studio i rappresentanti eletti nelle elezioni suppletive di Maggio 2024:

- Maria Ianniello
- Gennaro Verde.

I nomi del coordinatore, dei responsabili e dei rappresentanti sono pubblicati nella Scheda SUA del Corso, opportunamente aggiornata.

Allegato 4 – Sintesi modifiche quadri SCHEDA SUA in scadenza

Quadri SUA CdS MEMI 24/25	Rispetto ad A.A. 23/24
Informazioni generali sul Corso di Studi	Revisionato (INSERIRE PDF + LINK ORIENTA)
Referenti e strutture	Aggiornato con nuovi rappresentanti studenti (manca CF E telefono)
Il Corso di Studio in breve	Revisionato, check link orienta + nuovo MANIFESTO aggiornato
A1.b Consultazione con le organizzazioni rappresentative - a livello nazionale e internazionale - della produzione di beni e servizi, delle professioni (Consultazioni successive)	Aggiornato con le nuove consultazioni ed inserito nuovi membri
A3.b Modalità di ammissione	Non necessita di modifiche rispetto a quanto già caricato
A4.b.2 Conoscenza e capacità di comprensione, Capacità di applicare conoscenza e comprensione	Non necessita di modifiche rispetto a quanto già caricato
A5.b Modalità di svolgimento della prova finale	Non necessita di modifiche rispetto a quanto già caricato, salvo link al regolamento di Ateneo
B1 Descrizione del percorso di formazione (Regolamento Didattico del Corso)	Inserimento PDF del nuovo regolamento didattico (2024/2025) + verifica LINK ORIENTA
B2.a Calendario del Corso di Studio e orario delle attività formative	I siti sono stati verificati
B4 Aule B4 Laboratori e Aule Informatiche B4 Sale Studio B4 Biblioteche	I LINK e allegati caricati negli anni precedenti sono stati verificati
B5 Orientamento in ingresso	Aggiornato con informazioni fornite dal Prorettore all'Orientamento e specifiche CDS
B5 Orientamento e tutorato in itinere	Aggiornato con informazioni fornite dal Prorettore all'Orientamento e specifiche CDS
B5 Assistenza per lo svolgimento di periodi di formazione all'esterno (tirocini e stage)	Aggiornato con informazioni fornite dal Prorettore al Placement e aggiornato link + nuovo referente
B5 Assistenza e accordi per la mobilità internazionale degli studenti	Aggiornato con nuove iniziative e in attesa informazioni fornite dall'ufficio Internazionalizzazione
B5 Accompagnamento al lavoro	Aggiornato nuove iniziative e in attesa informazioni fornite dal Prorettore al Placement e aggiornato link
B5 Eventuali altre iniziative	Aggiornato
D1 Struttura organizzativa e responsabilità a livello di Ateneo	Aggiornato secondo indicazioni del Prorettore alla Didattica (PQ)
D2 Organizzazione e responsabilità della AQ a livello del Corso di Studio	Aggiornato secondo indicazioni del Prorettore alla Didattica (PQ), nuovi decreti
D3 Programmazione dei lavori e scadenze di attuazione delle iniziative	Aggiornato con secondo indicazioni del Prorettore alla Didattica (PQ)

Dipartimento di
Studi Aziendali
e Quantitativi

Allegato 6 – Proposta Docenti di Riferimento

N.	DOCENTE	QUALIFICA	PESO	DIPARTIMENTO
1	CANESTRINO Rossella	PA	1	Studi Aziendali e Quantitativi
2	CANNAVALE Chiara	PO	1	Studi Aziendali e Quantitativi
3	CASTELLANO Rosalia	PO	1	Studi Aziendali e Quantitativi
4	CERCIELLO Massimiliano	RTD-B	1	Studi Economici e Giuridici
5	LATTANZI Sarah	RTD-A	1	Studi Economici e Giuridici
6	PASQUINELLI Cecilia	PA	1	Studi Aziendali e Quantitativi
7	PIETRONUDO Mariacristina	RTD-A	1	Studi Aziendali e Quantitativi
8	RIVIECCIO Giorgia	PA	1	Studi Aziendali e Quantitativi
9	SANTORSOLA Giuseppe Guglielmo	PO	1	Studi Aziendali e Quantitativi
10	SORRENTINO Annarita	PA	1	Studi Aziendali e Quantitativi
11	TRUNFIO Mariapina	PA	1	Studi Aziendali e Quantitativi
12	TUTORE Ilaria	PA	1	Studi Aziendali e Quantitativi



Dipartimento di Studi Aziendali e Quantitativi
Direttore del Dipartimento: Prof.ssa Francesca Perla
Segretario Amministrativo: Dott. Giuseppe Sales
Tel. 081 547-4171/4150
E-mail: direzione.disaq@uniparthenope.it
PEC: disaq@pec.uniparthenope.it
Via Generale Parisi 13, 80132 – Napoli