

# Regolamento didattico del Corso di Laurea Magistrale in Marketing e Comunicazione (EM7)

---

Anno accademico 2022/2023 studenti iscritti al primo anno nell'a.a. 2022-23

Approvato dal Consiglio di Dipartimento di Dipartimento di Management nella seduta del 22/06/2022

## Sommario

Regolamento didattico del Corso di Laurea Magistrale in Marketing e Comunicazione (EM7) .....	1
Titolo I – Informazioni generali .....	1
Art. 1 – Scopo del presente Regolamento .....	1
Art. 2 – Informazioni generali sul corso di studio .....	1
Titolo II – Obiettivi della Formazione .....	2
Art. 3 – Obiettivi formativi del corso.....	2
Art. 4 – Sbocchi occupazionali .....	2
Art. 5 – Requisiti di accesso.....	3
Art. 6 – Programmazione degli accessi .....	4
Titolo III – Organizzazione didattica .....	5
Art. 7 – Informazioni generali .....	5
Art. 8 – Curricula e percorsi .....	5
Art. 9 – Piani di studio .....	5
Art. 10 – Percorso di formazione .....	6
Art. 11 – Esami di profitto .....	7
Art. 12 – Prova finale e conseguimento del titolo .....	7
Art. 13 – Ulteriori disposizioni.....	8
Titolo IV – Disposizioni finali e transitorie .....	8
Art. 14 – Modifiche al presente Regolamento .....	8

## Titolo I – Informazioni generali

---

### Art. 1 – Scopo del presente Regolamento

Il presente Regolamento, adottato ai sensi dell'art.12 del DM 22 ottobre 2004, n. 270 disciplina, in conformità ai Regolamenti e alle delibere degli organi di Ateneo, l'organizzazione didattica del Corso di Laurea magistrale in Marketing e Comunicazione, per quanto in esse non definito.

### Art. 2 – Informazioni generali sul corso di studio

Denominazione: Marketing e comunicazione

Classe: LM-77 (Scienze economico-aziendali)  
Codice interno: EM7  
Struttura didattica di afferenza: Dipartimento di Management  
Ultima modifica all'Ordinamento: 2018  
Composizione del Collegio didattico: [www.unive.it/data/3019](http://www.unive.it/data/3019)  
Gruppo AQ del corso di studio: [www.unive.it/pag/15467](http://www.unive.it/pag/15467)  
Link alla pagina web del corso di studio: [www.unive.it/cdl/em7](http://www.unive.it/cdl/em7)  
Link dove è reperibile il presente Regolamento: [www.unive.it/pag/3028](http://www.unive.it/pag/3028)

## Titolo II – Obiettivi della Formazione

---

### Art. 3 – Obiettivi formativi del corso

Il corso di laurea magistrale in Marketing e Comunicazione si propone di formare laureati con solide competenze nella gestione del rapporto tra l'impresa e i diversi mercati di sbocco e nella pianificazione, l'esecuzione e il controllo delle diverse attività in cui si estrinseca la comunicazione d'impresa.

I fondamenti del percorso formativo sono così articolati:

- insegnamenti di area aziendale relativi alla pianificazione e gestione delle strategie di comunicazione, alle scelte delle politiche distributive, alla gestione dei processi innovativi fondamentali per le politiche di prodotto;
- insegnamenti di area economica specificamente votati a fornire allo studente una conoscenza del contesto economico e delle dinamiche macro-economiche al cui interno si inseriscono le scelte dell'impresa in termini di gestione delle politiche di prodotto e di prezzo;
- insegnamenti di area quantitativa orientati a fornire gli strumenti fondamentali per l'elaborazione efficace ed efficiente di dati e informazioni e la costruzione di database a supporto delle scelte inerenti le politiche di prodotto, la comunicazione, la definizione delle politiche distributive;
- insegnamenti di area giuridica orientati a consolidare e far approfondire le conoscenze inerenti alla consulenza nel campo della gestione dei brevetti, del diritto industriale e della protezione della conoscenza collegata alle scelte di innovazione dell'impresa.

Al secondo anno della magistrale sarà riservato ampio spazio anche al tirocinio e alle attività relative alla preparazione della tesi di laurea. Il Collegio didattico definisce la programmazione annuale del corso in coerenza con gli obiettivi sopra descritti e verifica l'armonizzazione di contenuti, pesi in crediti, propedeuticità dell'offerta formativa. La Commissione Paritetica docenti-studenti è chiamata ad esprimere il proprio parere in merito, ai sensi dell'art. 12, comma 3 del DM 22 ottobre 2004, n. 270.

### Art. 4 – Sbocchi occupazionali

**Marketing Manager, Product Manager, Brand Manager, Category Manager, Communication Manager, Sales Manager, Key Account manager, Social Media Manager, Digital Marketing Manager**

funzione in un contesto di lavoro:

Il Laureato in Marketing e Comunicazione può pianificare e controllare attività di marketing legate a: lo sviluppo del prodotto e relativo posizionamento, l'impostazione di un piano di marketing e di comunicazione, il governo della distribuzione, la gestione delle vendite, l'elaborazione di una strategia. Tali funzioni si esplicano interagendo con numerosi altri ruoli aziendali e tenendo conto della necessità di coerenza tra il piano fisico e quello digitale del rapporto con il mercato. Il Laureato potrà svolgere funzione di coordinamento di gruppi di lavoro anche di dimensione importante assumendone la relativa responsabilità.

competenze associate alla funzione:

Il Laureato in Marketing e Comunicazione ha una visione d'insieme del rapporto tra impresa e mercato e una conoscenza approfondita delle leve del marketing mix. Dispone di capacità relazionali con clienti/fornitori/intermediari e della

capacità di formulare strategie e piani a medio-lungo termine, con relativa pianificazione degli strumenti operativi inclusi i risvolti digitali.

sbocchi occupazionali:

Il Laureato in Marketing e Comunicazione può operare in strutture marketing e/o di reti di vendita all'interno di aziende industriali, commerciali e di servizi, sia in ambito business-to-consumer sia in ambito business-to-business, nella generalità dei settori. Le conoscenze acquisite offrono la possibilità di operare sia in aziende operanti nel mercato domestico sia in aziende che operano nei mercati internazionali con spiccata attitudine all'export.

**Analista di Mercato**

funzione in un contesto di lavoro:

Il Laureato in Marketing e Comunicazione può progettare, coordinare e condurre analisi di comportamento del consumatore, analisi di segmentazione del mercato, analisi di posizionamento del prodotto rispetto alla concorrenza. Interagisce con altre figure coinvolte nell'elaborazione di scenari di mercato e di interpretazione di trend emergenti con la capacità di distillare implicazioni in termini di corso d'azione per l'azienda.

competenze associate alla funzione:

Il Laureato in Marketing e Comunicazione ha maturato capacità di raccolta dati e informazioni e di effettuare analisi, anche con strumenti di analisi statistica riferiti a tematiche di marketing che riguardano segmentazione e posizionamento principalmente di prodotto e di brand.

sbocchi occupazionali:

Il Laureato in Marketing e Comunicazione può operare in società di ricerche di mercato, agenzie di comunicazione, nel reparto marketing di aziende di medie e grandi dimensioni, sia in ambito business-to-consumer sia in ambito business-to-business.

**Consulente di Marketing, Consulente di Comunicazione, Consulente di Pubbliche Relazioni**

funzione in un contesto di lavoro:

Il Laureato in Marketing e Comunicazione è in grado di supportare mediante analisi e proposte operative le aziende industriali, commerciali e di servizi in una serie di attività che comprendono: posizione di mercato, posizionamento di prodotto, gestione della rete commerciale, definizione della corporate identity, allestimento ufficio stampa, ideazione realizzazione e coordinamento eventi, sviluppo di un piano editoriale e di comunicazione in ottica cross-canale.

competenze associate alla funzione:

Il Laureato di Marketing e Comunicazione ha maturato capacità di lettura del mercato, di sviluppo delle leve di marketing, di gestione del database, di campagne di CRM (Customer Relationship Management), di campagne con strumenti digitali, di gestione delle vendite e di sviluppo e implementazione di strategie di marketing con una visione integrata.

sbocchi occupazionali:

Il Laureato in Marketing e Comunicazione può operare in agenzie di comunicazione e di Pubbliche Relazioni, società di consulenza di marketing, sia in ambito nazionale che internazionale. Le attività sopra descritte potranno essere svolte anche in chiave di auto-imprenditorialità.

## **Art. 5 – Requisiti di accesso**

### ***Titolo di accesso***

L'accesso è subordinato al possesso dei seguenti titoli:

- laurea;
- laurea del vecchio ordinamento (ante D.M. 509/1999) o diploma universitario, previa valutazione degli studi compiuti da parte del Collegio didattico;
- per gli studenti con titolo conseguito all'estero: laurea almeno triennale; in questo caso è necessaria la prevalutazione degli studi compiuti da parte del Collegio didattico, secondo le modalità indicate sul sito di Ateneo.

### ***Requisiti curriculari e personale preparazione***

L'ammissione al corso di studio è subordinata al possesso dei requisiti curriculari minimi e alla verifica dell'adeguatezza della personale preparazione, come di seguito indicato.

Il corso di laurea magistrale è ad accesso programmato.

Per l'anno accademico 2022/2023 i posti disponibili sono: 70

Per l'accesso sono richiesti:

1) il raggiungimento di specifici requisiti curriculari che sono assolti dai candidati in possesso di titolo di laurea nelle classi L-18 Lauree in Scienze dell'Economia e della Gestione Aziendale e L-33 Lauree in Scienze Economiche, ovvero nelle classi di laurea corrispondenti degli ordinamenti precedenti o di altro titolo di studio acquisito all'estero e riconosciuto idoneo;

Nel caso in cui il candidato abbia conseguito la laurea in una classe diversa, è richiesto il possesso di almeno 60 CFU nei seguenti settori scientifico-disciplinari distribuiti nei seguenti ambiti:

20 CFU per le discipline di ambito aziendale (nei settori SECS-P/07-08-09-10-11) con almeno un esame del SECS-P/07 ;

40 CFU nelle seguenti discipline, con almeno un esame per ciascuno dei 3 ambiti:

- discipline dell'ambito economico - settori SECS-P/01-02-03-04-05-06-12;

- discipline dell'ambito giuridico - settori IUS/01-04-05-07-09-10-12-13-14;

- discipline dell'ambito statistico/matematico - settori MAT/02-03-05- 06-08-09 e SECS-S/01-03-06

Nel caso in cui il candidato non sia in possesso dei requisiti curriculari, dovrà recuperarli prima dell'immatricolazione esclusivamente con il sostenimento di corsi singoli (di livello triennale) presso questo o altri Atenei.

2) il possesso di un'adeguata preparazione personale, accertata attraverso il superamento di una prova selettiva: l'immatricolazione è condizionata dalla posizione occupata nella graduatoria. La selezione si svolge in lingua italiana

Per personale preparazione si intende l'adeguata acquisizione di conoscenze e competenze dei temi di base dell'agire manageriale. La verifica della personale preparazione è obbligatoria e avviene tramite una prova selettiva. Gli argomenti oggetto del test sono: Economia aziendale, Bilancio, Analisi dei costi e controllo di gestione, Gestione delle imprese, Marketing e Strategia, Finanza, Organizzazione, Intermediari e mercati finanziari. Una sezione del test sarà dedicata alle materie aziendali specifiche del CdS. Tutte le informazioni specifiche su modalità di preiscrizione, selezione e immatricolazione sono contenute nel bando di ammissione pubblicato sul sito dell'Ateneo <https://www.unive.it/pag/3016/>.

3) la conoscenza della lingua inglese almeno a livello B2. Tale conoscenza sarà accertata al momento dell'immatricolazione attraverso il possesso di certificazioni o la presenza di casistiche di esonero, come riportato nell'apposita pagina web ([www.unive.it/conoscenze-linguistiche](http://www.unive.it/conoscenze-linguistiche)).

Nel caso in cui il candidato non ne sia in possesso non potrà immatricolarsi.

#### ***Conoscenze linguistiche in ingresso richieste e modalità di verifica***

Si richiede inoltre la conoscenza certificata della lingua inglese a livello almeno B2: tale conoscenza deve essere posseduta necessariamente al momento dell'immatricolazione.

## **Art. 6 – Programmazione degli accessi**

### ***Modalità di accesso***

Il corso di studio è ad accesso programmato; il numero dei posti messi a concorso e le modalità di accesso vengono annualmente definiti dagli organi di Ateneo e riportati nel bando di ammissione.

### ***Studenti non comunitari residenti all'estero***

È ammessa l'iscrizione di studenti stranieri non comunitari residenti all'estero nella misura stabilita dagli organi di Ateneo.

## Titolo III – Organizzazione didattica

---

### Art. 7 – Informazioni generali

Lingua/lingue in cui si eroga il corso: italiano

Modi dell'erogazione della didattica: frontale, alcuni insegnamenti possono essere svolti in modalità teledidattica o blended.

Sede di svolgimento delle attività didattiche: Venezia

Articolazione del Calendario: Il calendario accademico si articola in 2 semestri a loro volta suddivisi in due periodi.

Nel piano di studi gli insegnamenti sono da 6CFU o da 12CFU e nel corso dell'anno sono previste diverse sessioni d'esame. Per ciascun insegnamento vengono messe a calendario 4 date per sostenere l'esame.

- gli insegnamenti da 6CFU si svolgono generalmente in un solo periodo; alla fine di ogni periodo è prevista una sessione d'esami, ulteriori appelli saranno previsti nelle sessioni di gennaio, maggio e settembre per un totale di 4 date.

- gli insegnamenti da 12CFU si tengono per un semestre. A conclusione del semestre si tengono le sessioni d'esame.

- 1CFU corrisponde a 25 ore. Le ore per ciascun credito sono comprensive di lezioni frontali e studio individuale. Per ciascun modulo da 6CFU sono erogate 30 ore di didattica frontale; le rimanenti 120 ore sono di studio individuale.

Maggiori informazioni sullo schema degli appelli sono reperibili alla pagina [www.unive.it/pag/8598/](http://www.unive.it/pag/8598/)

### Art. 8 – Curricula e percorsi

Il Corso di Laurea magistrale in Marketing e comunicazione è ad accesso programmato:

1) non sono consentiti i trasferimenti da altri Atenei e i passaggi interni al 1° anno.

2) i candidati interessati ad immatricolarsi con un riconoscimento crediti dovranno presentare richiesta di valutazione della carriera pregressa, come riportato nel bando di accesso, e dovranno comunque partecipare alle selezioni d'accesso;

3) sono ammessi trasferimenti o passaggi interni al 2° anno previa disponibilità dei posti e in ogni caso i candidati dovranno partecipare alle selezioni d'accesso per verificare la preparazione personale.

### Art. 9 – Piani di studio

Lo schema del piano riporta l'elenco degli insegnamenti previsti, con l'indicazione, per ciascuno di essi dei settori scientifico-disciplinari di riferimento, dell'eventuale articolazione in moduli, l'anno di corso, i crediti formativi universitari (CFU) attribuiti a ciascun insegnamento, i CFU a libera scelta dello studente, i CFU previsti per il tirocinio e la prova finale. Alla pagina [www.unive.it/pag/2995](http://www.unive.it/pag/2995) è disponibile il piano delle frequenze, che presenta le attività formative distribuite in base all'anno di corso e ai periodi di lezione, ed è progettato tenendo conto della consequenzialità dei contenuti dei singoli insegnamenti. Gli orari delle lezioni sono definiti in modo da assicurare agli studenti la possibilità di frequentare le lezioni di tutti gli insegnamenti obbligatori previsti; il mancato rispetto del piano frequenze porrebbe problemi derivanti dalla sovrapposizione degli orari delle lezioni. Il piano frequenze potrebbe subire cambiamenti durante l'anno.

#### Esami a libera scelta:

Gli esami a libera scelta possono essere individuati tra:

- tutti gli insegnamenti attivati nel CdS che non sono già stati scelti (compresi quelli previsti nei grappoli) e quelli proposti come insegnamenti a libera scelta;

- tutti gli altri insegnamenti dei CdS di area economica purché coerenti con il progetto formativo dello studente;

Lo studente potrà chiedere di inserire altri insegnamenti o altre attività formative, purché coerenti con il proprio progetto formativo; la coerenza sarà valutata preventivamente dal Collegio didattico. Gli studenti dovranno presentare richiesta al campus economico che provvederà ad inoltrare la richiesta al Collegio didattico.

Per quanto riguarda la richiesta di inserire i tirocini tra i crediti a libera scelta, questa deve essere sottoposta preventivamente al collegio didattico, che valuterà caso per caso. Non verranno esaminate richieste presentate a

posteriori. Poiché il tirocinio sostituisce crediti formativi deve avere rilevanti contenuti scientifici. Non si possono inserire più di 6 CFU di tirocinio tra le attività a libera scelta.

Gli studenti dovranno presentare richiesta al Campus economico che provvederà ad inoltrare la richiesta al Collegio didattico. L'autorizzazione preventiva non garantisce automaticamente il riconoscimento finale, che è autorizzato dal coordinatore del Collegio Didattico sulla base della documentazione presentata dallo studente a conclusione dello stage comprensiva di una relazione finale dettagliata sulle attività svolte.

#### Esami in sovrannumero:

Lo studente può inserire nel proprio piano insegnamenti/attività in sovrannumero, oltre a 1 CFU di Competenze di sostenibilità e 3 CFU di Competency lab.

#### Livello insegnamenti:

Lo studente iscritto ad un corso di laurea magistrale non può sostenere esami di livello triennale, ad eccezione degli studenti iscritti ad un corso di Doppio Diploma se previsto nell'accordo .

#### Esami equivalenti:

Non è consentito l'inserimento nel piano di studio di due esami equivalenti tra loro, che prevedano una ripetizione, anche parziale, di contenuti didattici già presenti nel piano di studio. Le attività didattiche a libera scelta selezionate nei piani di studio saranno oggetto di verifiche a campione e nel caso si rilevi l'inserimento o il sostenimento di esami equivalenti l'esame verrà annullato.

#### Ulteriori disposizioni:

Ulteriori crediti di attività di tirocinio possono essere riconosciuti come CFU in sovrannumero.

Le scelte degli insegnamenti a libera scelta sono effettuate secondo un criterio di coerenza con il progetto formativo dello studente.

## **Art. 10 – Percorso di formazione**

Obblighi di frequenza: Per gli insegnamenti obbligatori previsti nel piano di studi la frequenza è libera. Per alcuni insegnamenti potrebbe essere richiesta la frequenza obbligatoria; in questi casi la frequenza è regolamentata da un avviso di accesso all'attività proposta.

E' possibile anticipare gli esami previsti al 2° anno solo se attivati altrimenti non é possibile sostenerli né sostituirli con altri esami equipollenti.

Propedeuticità: Non sono previste propedeuticità. Si consiglia tuttavia allo studente di seguire gli insegnamenti come da piano Frequenze, essendo strutturato affinché ci sia consequenzialità di acquisizione delle conoscenze utili per affrontare l'esame successivo ([www.unive.it/pag/2995](http://www.unive.it/pag/2995)) e di controllare attentamente nel programma dell'insegnamento se sono date per note alcune conoscenze di base di livello triennale.

Stage e Tirocinio: Il tirocinio può essere riconosciuto solo a fronte di una attività lavorativa svolta (non a fronte di un esame).

Nel corso di Laurea è previsto che lo studente debba svolgere un'attività di tirocinio obbligatoria presso aziende private o enti pubblici. La durata del tirocinio è di almeno 150 ore. Nel caso in cui il tirocinio superi le 150 ore, possono essere riconosciuti crediti in sovrannumero. Per ogni informazione e per tutte le pratiche amministrative lo studente dovrà rivolgersi al campus economico [stage.economia@unive.it](mailto:stage.economia@unive.it).

L'attività lavorativa può essere riconosciuta come sostitutiva del tirocinio obbligatorio se ritenuta coerente al percorso formativo da parte del Collegio didattico del Corso di laurea. Lo studente dovrà documentare l'attività svolta con una copia del contratto di lavoro accompagnata da idonea dichiarazione del datore di lavoro, che attesti la durata dell'attività e la sua pertinenza rispetto agli argomenti tipici della laurea che si intende conseguire. Tale documentazione va consegnata al Campus Economico. Il coordinatore del Collegio Didattico valuta le richieste pervenute e autorizza di volta in volta l'attribuzione dei crediti.

Ulteriori norme per il riconoscimento del tirocinio/ stage o attività lavorative prima dell'immatricolazione:

Non saranno riconosciute attività lavorative o stage universitari conclusi prima dell'immatricolazione.

Per il riconoscimento attività lavorativa in proprio: verifica da parte del coordinatore del collegio didattico dell'impossibilità di svolgere un normale stage, o di far certificare da un legale rappresentante l'attività svolta. Allo studente verrà richiesta la redazione di una relazione scritta che identifichi la natura dell'attività e le competenze

acquisite. Sulla base della relazione e della copia di Visura Camerale il Collegio didattico potrà riconoscere i crediti, verificando che le competenze acquisite siano congruenti con le finalità del corso di laurea specialistica magistrale. Riconoscimento di crediti formativi per attività svolte al di fuori del corso: Il riconoscimento di attività formative, svolte in Italia o all'estero, esperienze lavorative, conoscenze ed abilità certificate compete al Collegio didattico, nel rispetto della normativa vigente, dei Regolamenti di Ateneo e delle Linee guida sul riconoscimento crediti.

Ulteriori disposizioni :

- E' possibile il riconoscimento di esami sostenuti in Master Universitari. Se il Master non è attivato presso Ca' Foscari alla richiesta di riconoscimento esami si dovrà allegare il programma del Master ove siano indicati: numero di CFU, Settore scientifico disciplinare e programma della materia svolta. Deve inoltre essere specificato che a conclusione di ogni modulo di attività sia previsto un esame.
- Non è possibile riconoscere attività svolte in Master Non Universitari.

## **Art. 11 – Esami di profitto**

Esami di profitto: Le modalità di esame sono pubblicate nei singoli syllabus d'insegnamento.

Si comunica che per sostenere l'appello si deve essere iscritti alla lista d'esame. Non è possibile accettare studenti non iscritti agli esami.

Prove intermedie: Alcuni esami prevedono delle prove parziali. Queste prove non vengono verbalizzate in carriera degli studenti, non

possono essere certificate come CFU acquisiti, non vengono conteggiate per l'attribuzione delle agevolazioni e delle borse per il diritto allo studio.

Appelli: Gli studenti neo immatricolati possono sostenere esami nella sessione di settembre.

Integrazioni: In caso di riconoscimento crediti, se l'esame sostenuto in una precedente carriera corrisponde parzialmente all'esame da riconoscere nella nuova carriera, è possibile assegnare delle integrazioni da svolgere. In questo caso l'esame verrà verbalizzato direttamente dal docente calcolando la media ponderata tra il voto precedente e quello attuale.

Lo studente deve concordare l'integrazione con il docente titolare dell'esame esibendo la seguente documentazione:

- copia della scheda riconoscimento crediti;
- copia del syllabus dell'insegnamento sostenuto in altro ateneo.

## **Art. 12 – Prova finale e conseguimento del titolo**

La redazione della tesi deve essere condotta con approfondita conoscenza delle metodologie proprie del settore disciplinare di riferimento eventualmente anche con l'impiego di strumentazione e metodologie informatiche. Il esauriente.

La tesi deve essere il risultato di un progetto di ricerca, teorico e/o empirico, volto ad affrontare una tematica di management attinente al corso di laurea frequentato. Nel lavoro di tesi il laureando deve dimostrare di sapere utilizzare in maniera autonoma i modelli teorici e gli strumenti di indagine sviluppati nel corso del proprio percorso di studi.

La discussione della tesi si svolge davanti ad una commissione composta da professori universitari ed eventualmente da esperti che valutano in seduta comune la qualità della tesi stessa proponendo il voto finale.

La composizione della commissione e il calendario di laurea verrà pubblicata nel sito dell'Ateneo almeno due settimane prima dell'inizio della sessione di laurea. Il diploma di laurea viene consegnato in occasione della discussione della tesi di laurea;

Il voto di laurea è determinato sommando il voto della prova finale e gli eventuali bonus alla media ponderata curriculare in centodecimi. La commissione può attribuire da 0 a 8 punti nella valutazione della tesi finale.

L'attribuzione di eventuali bonus viene calcolata d'ufficio secondo le regole specificate nella tabella allegata.

L'attribuzione della lode al voto finale è a discrezione della commissione, come indicato alla pagina web [www.unive.it/pag/8750/](http://www.unive.it/pag/8750/)

Il Dipartimento di Management ha definito una procedura on line per richiedere l'assegnazione di un relatore

disponibile a seguire lo studente in tesi: [www.unive.it/pag/15461/](http://www.unive.it/pag/15461/). Tale procedura è obbligatoria per tutti i docenti che afferiscono al Dipartimento di Management.

Gli studenti sono invitati a prendere accurata visione della Guida alla Tesi del Dipartimento di Management che fornisce informazioni utili alla redazione della tesi: [www.unive.it/pag/15461/](http://www.unive.it/pag/15461/) e rispettare tutte le disposizioni indicate alla pagina <https://www.unive.it/pag/15461/>.

La compilazione del modulo di proposta di tesi per una laurea magistrale deve essere effettuata almeno due sessioni precedenti a quella presunta di conseguimento del titolo di laurea.

Gli studenti iscritti redigono la tesi in lingua italiana o inglese, previo accordo con il relatore. La discussione avviene di norma in lingua italiana salvo diversa decisione del Presidente della Commissione di Laurea.

Le modalità di ammissione alla prova finale e di presentazione della domanda sono quelle previste dalle deliberazioni degli organi di Ateneo e sono riportate alla pagina web del corso di laurea [www.unive.it/pag/2988/](http://www.unive.it/pag/2988/)

La valutazione della prova è definita secondo i criteri stabiliti dagli organi di Ateneo.

Ulteriori disposizioni:

Lo studente può scegliere come relatore un docente di ruolo (professori ordinari, associati, ricercatori) afferente al Dipartimento di Management o al Dipartimento di Economia. I docenti a contratto possono essere relatori di tesi se titolari di un insegnamento previsto nel Corso di Laurea. Non possono essere relatori di tesi i docenti a contratto titolari di attività integrative/esercitazioni, di minor, i docenti di lingue non di ruolo, i collaboratori esperti linguistici (CEL) e i visiting professor.

Lo studente può richiedere al collegio didattico di essere seguito per la redazione della tesi da un docente di area non Economica; in caso di accettazione della richiesta il collegio didattico assegna un secondo relatore di area economica.

## **Art. 13 – Ulteriori disposizioni**

Insegnamenti disattivati

È possibile che nel corso degli anni alcuni insegnamenti vengano disattivati. Al fine di garantire la conclusione del percorso di studi da parte dello studente fuori corso, il collegio didattico ha previsto, la possibilità di sostenere ugualmente l'esame e, ove possibile, di frequentare un insegnamento sostitutivo. Per le indicazioni di dettaglio si rimanda alla pagina [www.unive.it/pag/16639](http://www.unive.it/pag/16639)

Sostenimento esami in altri Atenei contemporaneamente all'iscrizione a Ca' Foscari

Non è consentito il sostenimento di esami come corsi singoli presso altri Atenei italiani o esteri di insegnamenti obbligatori previsti nel piano di studi del corso di laurea magistrale e attivati dal Dipartimento.

Studenti part-time

È possibile iscriversi al corso di studio con la qualifica di studente part-time che permette di godere di alcune agevolazioni; si rimanda alle regole vigenti in Ateneo per le modalità di accesso a questo status e per come mantenerlo oltre che per le informazioni sulle agevolazioni. Non è prevista l'erogazione di insegnamenti destinati agli studenti part-time. ([www.unive.it/pag/8738](http://www.unive.it/pag/8738))

Ulteriori opportunità

Il Collegio Didattico del Corso di Laurea magistrale in Marketing e comunicazione in collaborazione con gli altri Corsi di Laurea Magistrale del Dipartimento di Management promuove attività trasversali e innovative. Per l'aggiornamento su tali attività, si rimanda alla pagina web del Corso di Laurea, alla pagina web del Dipartimento e alla lettura delle e-mail provenienti dall'indirizzo: [didattica.management@unive.it](mailto:didattica.management@unive.it)

## **Titolo IV – Disposizioni finali e transitorie**

---

### **Art. 14 – Modifiche al presente Regolamento**

Le modifiche alle parti ordinamentali del presente Regolamento devono essere approvate dagli organi di governo e trasmesse per la definitiva approvazione al MUR, secondo le tempistiche e modalità da esso definite.

L'eventuale programmazione degli accessi, di cui all'art. 6, deve essere deliberata dagli organi di governo dell'Ateneo, previo parere positivo del Nucleo di valutazione, ed è subordinata all'approvazione da parte del MUR.

I contenuti dei seguenti articoli, ove non richiedano una modifica all'ordinamento didattico del corso di studio, potranno essere aggiornati annualmente dalla struttura didattica di riferimento, in occasione della programmazione didattica e in vista della compilazione delle Schede uniche annuali del corso di studio: artt. 3, 4, 5, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13. Le eventuali modifiche saranno adottate con Decreto Rettorale.

Le informazioni sul piano di studi vengono aggiornate annualmente, in occasione della programmazione didattica, e sono sottoposte agli organi di governo con l'approvazione annuale dell'offerta formativa; il loro aggiornamento non richiede l'adozione con decreto rettorale.

Ove si renda necessario, le seguenti informazioni possono essere aggiornate in corso d'anno con delibera della struttura didattica di riferimento, senza che si renda necessario un decreto rettorale di adozione:

- composizione del Collegio didattico del Corso di studio;
- composizione del Gruppo AQ del Corso di studio.

