

# Regolamento didattico del Corso di Laurea magistrale in Marketing e comunicazione (EM7)

---

Approvato dal Consiglio di Dipartimento nella seduta del 29 novembre 2017

Emanato con Decreto rettorale n. ... del. ...

Ultima revisione: novembre 2017

Titolo I – Informazioni generali	2
Art. 1 – Scopo del presente Regolamento	2
Art. 2 – Informazioni generali sul corso di studio	2
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	3
Titolo III – Organizzazione didattica	4
Art. 7 – Informazioni generali	4
Art. 8 – Curricula e percorsi	4
Art. 9 – Piani di studio	4
Art. 10 – Percorso di formazione	5
Art. 11 – Esami di profitto	5
Art. 12 – Prova finale e conseguimento del titolo	6
Art. 13 – Ulteriori disposizioni	6
Titolo IV – Disposizioni finali e transitorie	6
Art. 14 – Modifiche al presente Regolamento	6
Art. 15 – Efficacia del presente Regolamento	7

## 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: 2015

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/pag/3029/](http://www.unive.it/pag/3029/)

Link dove è reperibile il presente Regolamento: ...

## Titolo II – Obiettivi della Formazione

---

### Art. 3 – Obiettivi formativi del corso

Il corso di laurea magistrale in Marketing e Comunicazione si propone di formare dottori 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. Il corso di laurea magistrale in Marketing e Comunicazione è suddiviso in due indirizzi, uno in lingua italiana in Marketing e comunicazione d'Impresa e uno in lingua inglese in Innovation and Marketing. Entrambi forniscono gli strumenti per pianificare e controllare le attività di marketing e comunicazione, sia per scopi di profitto sia per scopi sociali, a livello nazionale e internazionale. In particolare poi, l'indirizzo in lingua italiana sviluppa tutte quelle competenze relative all'ampio spettro della comunicazione d'impresa nelle sue diverse forme: internet marketing, mezzi di comunicazione televisivi, pubblicità in ambiti reali e virtuali, relazioni pubbliche. L'indirizzo in lingua inglese, invece, privilegia la relazione tra marketing e innovazione, approfondendo le tematiche relative al design e all'innovazione, al product management e agli strumenti di pianificazione e gestione dei processi creativi. Il corso, nei suoi due indirizzi, completa quindi in maniera differenziata la formazione attivata con la laurea di primo livello in Economia Aziendale. La formazione d'aula viene integrata dall'esperienza diretta in uffici di marketing e comunicazione di aziende private e pubbliche. Il percorso formativo prevede tra le materie caratterizzanti il Curriculum in Marketing e comunicazione d'impresa i seguenti esami: Comunicazione d'impresa, Strategia di marketing, Marketing internazionale e New Product Development, Retail e web marketing. Il Curriculum in Innovation and Marketing viene invece caratterizzato dai seguenti corsi: Product and Marketing Management, Design and Innovation Management, Social Media Marketing, Contemporary Issues. Nel corso del secondo anno sarà riservato ampio spazio anche al tirocinio e alle attività relative alla preparazione della tesi di laurea.

## Art. 4 – Sbocchi occupazionali

Il Corso di Laurea Magistrale forma esperti in grado di ricoprire ruoli manageriali e di direzione all'interno di strutture di marketing e comunicazione, di centri di innovazione e design e di reti di vendita di aziende industriali, commerciali e di servizi.

Il Corso fornisce gli strumenti per pianificare e controllare le attività di marketing e comunicazione d'impresa, ad esempio nei processi di gestione dell'innovazione di prodotto, nelle attività di Internet Marketing, nella gestione delle marche, della pubblicità nel mondo reale e virtuale, nella gestione dei database di Marketing e nelle relazioni pubbliche, sia per scopi di profitto sia per scopi sociali, a livello nazionale e internazionale. La formazione didattica viene inoltre integrata all'esperienza diretta in uffici di marketing e di comunicazione presso le aziende.

I laureati magistrali potranno occupare posizioni di product manager; brand manager, category manager, direttore commerciale e marketing di imprese di produzione di beni e servizi; account manager in agenzie di pubblicità. La loro attività potrà venire svolta inoltre anche in società di ricerche di mercato e di consulenza di marketing e comunicazione, e in agenzie di web marketing.

## Art. 5 – Requisiti di accesso

### *Titolo di accesso*

L'accesso al corso di laurea in Marketing e comunicazione 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, corrispondenti a un congruo numero di CFU acquisiti in determinati settori scientifico – disciplinari, e alla verifica dell'adeguatezza della personale preparazione, come di seguito indicato:

I requisiti curriculari minimi richiesti come riportato nella pagina del corso di laurea [www.unive.it/pag/3016/](http://www.unive.it/pag/3016/) sono:

20 CFU per ambito aziendale (SECS-P/07-08-09-10-11)

40 CFU per ambito economico (SECS-P/01-02-03-04-05-06-12), giuridico (IUS/01-04-05-07-09-10-12-13-14) e statistico/matematico (MAT/02-MAT/03-05-06-08-09 e SECS-S/01-03-06), con **almeno un esame sostenuto per ciascun ambito**.

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

La personale preparazione è valutata sulla base di un'adeguata acquisizione di conoscenze e competenze nelle discipline: ragioneria, analisi di bilancio, analisi dei costi e controllo di gestione, gestione delle imprese, marketing e strategia, finanza, organizzazione, gestione delle risorse umane, intermediari bancari e mercati finanziari. La personale preparazione viene verificata durante la prova di ammissione. Le modalità di verifica della personale preparazione sono indicate nel bando di ammissione pubblicato nella scheda del corso raggiungibile dal menu Presentazione [www.unive.it/pag/3028](http://www.unive.it/pag/3028)

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

Oltre al possesso dei requisiti curriculari minimi e della personale preparazione, si richiede la conoscenza certificata della Lingua inglese a livello almeno B2: l'elenco delle certificazioni ammesse e delle casistiche di esonero sono riportate alla pagina del sito web di Ateneo: [www.unive.it/conoscenze-linguistiche](http://www.unive.it/conoscenze-linguistiche)

Per il curriculum in **Innovation and Marketing** la conoscenza della lingua inglese deve essere posseduta obbligatoriamente al momento dell'immatricolazione. Lo studente che non attesti tale conoscenza all'atto di immatricolazione potrà acquisire e presentare la relativa certificazione linguistica entro il 31 dicembre 2017. Dopo tale data lo studente non potrà sostenere alcun esame di profitto.

Per il curriculum in **Marketing e comunicazione d'impresa** lo studente che non ne attesti il possesso al momento dell'immatricolazione, avrà l'obbligo di accertare la conoscenza della lingua inglese a livello B2 prima del conseguimento del titolo.

## 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 per il curriculum in lingua italiana e inglese per il curriculum in lingua inglese.
- Modi dell'erogazione della didattica: frontale
- Sede di svolgimento delle attività didattiche: Venezia
- Articolazione del Calendario: Il calendario accademico si articola in 2 semestri e ciascun semestre è ripartito in due periodi (si riportano sotto indicativamente le date dei 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 tengono abitualmente in un solo periodo e a fine di ogni periodo è prevista una settimana per gli 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.

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

### Art. 8 – Curricula e percorsi

I curricula e i percorsi attivati sono riportati nell'Allegato A.

Il Corso di Laurea magistrale in Marketing e comunicazione si articola in due curricula, uno tenuto interamente in lingua italiana e uno tenuto interamente in lingua inglese:

- Marketing e Comunicazione d'impresa
- Innovation and Marketing

Essendo il Corso di laurea ad accesso programmato:

- 1) non sono consentiti i trasferimenti da altri Atenei e i passaggi interni e il cambio di curriculum al I primo 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) ai candidati che si immatricolano al curriculum *Innovation and Marketing* con un riconoscimento crediti verranno riconosciuti massimo 36 CFU di esami sostenuti in lingua italiana;
- 4) 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;
- 5) per il cambio di curriculum al II anno, previa disponibilità dei posti, i candidati dovranno aver assolto il requisito della lingua e ad essi verranno riconosciuti:
  - per il cambio di curriculum da quello in lingua italiana a quello in lingua inglese al II anno, previa disponibilità dei posti, i candidati dovranno aver assolto il requisito della lingua e ad essi verranno riconosciuti al massimo 36 CFU fra gli esami sostenuti in lingua italiana previo verifica del Collegio del CdS se ritenuti equipollenti;
  - per il cambio di curriculum da quello in lingua inglese a quello in lingua italiana al II anno, previa disponibilità dei posti, verranno riconosciuti gli esami o parte di essi sostenuti in lingua inglese se equipollenti;

## Art. 9 – Piani di studio

L'Allegato A del presente Regolamento riporta lo schema del piano di studio del corso, articolato negli eventuali curricula e percorsi, comprensivo dell'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.

Gli esami a libera scelta possono essere individuati tra tutti gli insegnamenti attivati dall'Ateneo, purché coerenti con il progetto formativo dello studente.

Sono considerati coerenti senza ulteriori verifiche tutti gli insegnamenti ricompresi tra quelli offerti dal corso di laurea magistrale, tra quelli offerti dagli altri corsi di laurea magistrale del Dipartimento di Management o dell'area economica.

Lo studente potrà chiedere di inserire altri insegnamenti o altre attività formative (quali tirocini o stage), 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 Presidente del Collegio Didattico sulla base della documentazione presentata dallo studente a conclusione dello stage comprensiva di una relazione finale dettagliata sulle attività svolte.

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.

Non è consentito l'inserimento nel piano di studio di due esami equivalenti tra loro.

### **Ulteriori disposizioni:**

- Non si possono prevedere complessivamente più di 12 CFU di tirocinio nel piano di studi
- Ulteriori crediti di attività di tirocinio possono essere riconosciuti come CFU in sovrannumero.
- Non è possibile sostituire con attività lavorativa il tirocinio inserito tra i crediti a libera scelta (mentre è possibile per il tirocinio obbligatorio vedi art. 10).

Le scelte degli insegnamenti a libera scelta sono effettuate secondo un criterio di coerenza con il progetto formativo dello studente. Qualora si evidenzino delle irregolarità il piano non verrà approvato. La coerenza si riferisce al singolo piano di studio presentato e andrà perciò valutata con riferimento all'adeguatezza delle motivazioni eventualmente fornite. Le attività didattiche a libera scelta selezionate nei piani di studio saranno oggetto di verifiche.

Lo studente può inserire nel proprio piano fino ad un massimo di 12 CFU in sovrannumero, oltre a 1 CFU di Competenze di sostenibilità, 3 CFU di Competency lab e 3 CFU di lingua inglese B2 (per gli studenti immatricolati nel 2012/2013).

Tra i crediti a libera scelta e in sovrannumero per chi è iscritto al curriculum di Innovation and Marketing non è possibile inserire un esame di lingua inglese livello B2.

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.

Non è consentito l'inserimento nel piano di studio di due esami equivalenti tra loro.

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

Per gli insegnamenti obbligatori previsti nel piano di studi la frequenza è libera. Per alcuni insegnamenti offerti tra i crediti a libera scelta o attivati come Active Learning Center [www.unive.it/pag/8321/](http://www.unive.it/pag/8321/) 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 è possibile sostenerli né sostituirli con altri esami equipollenti.

Non sono previste propedeuticità. Si consiglia tuttavia allo studente di seguire gli insegnamenti secondo le ripartizioni di periodo e anno indicate nel piano frequenze, il quale è strutturato in modo da garantire la consequenzialità di acquisizione delle conoscenze utili per affrontare l'esame successivo [www.unive.it/pag/2995/](http://www.unive.it/pag/2995/)

### **Stage/Tirocini:**

Il tirocinio può essere riconosciuto solo a fronte di una attività lavorativa svolta (non a fronte di un esame). Non è possibile inserire più di 6 CFU di tirocinio tra i crediti a libera scelta.

E' 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, verranno riconosciuti solo i crediti previsti nel piano di studi.

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

Non è riconosciuta l'attività lavorativa non continuativa svolta prima dell'immatricolazione; né lo stage svolto prima dell'immatricolazione.

Per il riconoscimento attività lavorativa in proprio: verifica da parte del Presidente 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.

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. Il Collegio didattico può approvare:

- riconoscimento di CFU per attività formative precedentemente svolte in percorsi universitari, italiani o esteri;

- riconoscimento di CFU conseguiti all'estero nell'ambito di programmi di mobilità (studio o stage);
- riconoscimento di CFU di esperienze e abilità maturate in attività lavorative/professionali;
- riconoscimento di CFU di conoscenze e abilità maturate in attività formative di livello post secondario alla cui progettazione e realizzazione abbia concorso l'Università;
- riconoscimento di conoscenze e abilità certificate;
- riconoscimento di percorsi formativi di integrazione ai corsi di studio.
- eventuali vincoli per il sostenimento di esami degli anni successivi a quello di iscrizione

#### **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**

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.

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. In caso di riconoscimento crediti non concorrono alla determinazione dell'anno di corso. Gli studenti neo immatricolati possono sostenere esami nella sessione di settembre previa autorizzazione del Collegio didattico del corso di studio.

I laureandi della sessione estiva potranno usufruire soltanto del primo appello nella sessione estiva d'esami.

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 preso in passato e quello attuale.

### **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 prodotto finale dovrà quindi possedere caratteri di originalità, documentazione e approfondimento scientifico 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. Come per a/c

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/)

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 al curriculum in **Marketing e comunicazione d'impresa** 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.

Gli studenti iscritti al curriculum in **Innovation and Marketing** devono redigere la tesi in lingua inglese. La discussione avviene di norma in lingua inglese 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, 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***

E' 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/nqcontent.cfm?a\\_id=46910](http://www.unive.it/nqcontent.cfm?a_id=46910)

### ***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.

### ***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 MIUR, 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 MIUR.

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 di cui all'Allegato A 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.

### **Art. 15 – Efficacia del presente Regolamento**

Ove non diversamente specificato, le disposizioni del presente Regolamento hanno valore per tutti gli studenti iscritti, a partire dall'a.a. 2016/17.

Le versioni precedenti del presente Regolamento sono reperibili sul sito del corso di studio, alla pagina ...