

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

Approvato dal Consiglio di Dipartimento del DM nella seduta del 27.06.2018.

Ultima revisione: giugno 2018

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	3
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	9
Art. 14 – Modifiche al presente Regolamento.....	9
Art. 15 – Efficacia del presente Regolamento	9

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

Gruppo AQ del corso di studio: www.unive.it/pag/15467

Link alla pagina web del corso di studio: www.unive.it/cdl/em7

Link dove è reperibile il presente Regolamento: 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

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. 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.

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.

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 e di campagne di CRM (Customer Relationship Management), di gestione delle vendite e di sviluppo e implementazione di strategie di marketing.

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 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 laurea magistrale in Marketing e comunicazione, è ad accesso programmato (link www.unive.it/pag/3016) e richiede:

- 1) il possesso di un'adeguata preparazione personale, accertata attraverso il superamento di una prova selettiva;
- 2) specifici requisiti curriculari;

1) Per adeguata preparazione personale si intende la conoscenza dei temi di base dell'agire manageriale, come tipicamente acquisiti nei corsi di laurea di primo livello delle classi L-18 e L-33 ex D.M.270/04 e delle classi L-17 e L-28 DM 509/99 ovvero nei corsi di laurea di durata quadriennale equivalenti.

A tal fine, la prova di ammissione verterà sulla verifica dell'avvenuta acquisizione, da parte del candidato, delle conoscenze e competenze in discipline di ambito manageriale. 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. Le modalità di verifica della personale preparazione e tutte le informazioni specifiche su modalità di preiscrizione e immatricolazione sono contenute nel bando di ammissione pubblicato sul sito dell'Ateneo www.unive.it/pag/3016.

La Bibliografia consigliata per la preparazione della prova di ammissione al corso di laurea magistrale è disponibile alla pagine

[www.unive.it/pag/fileadmin/user_upload/cdlm/allegati-elementi-comuni/2018-19/Bibliografia_LM_Management_IT A.pdf](http://www.unive.it/pag/fileadmin/user_upload/cdlm/allegati-elementi-comuni/2018-19/Bibliografia_LM_Management_IT_A.pdf)

2) I requisiti curriculari minimi richiesti sono assolti dai laureati provenienti dalle classi di laurea L-18 e L-33 ex D.M.270/04, delle classi L-17 e L-28 ex DM 509/99 e o laurea di durata quadriennale equivalente. I laureati provenienti da altre classi di laurea dovranno aver acquisito minimo 60 CFU così ripartiti:

20 CFU per l'ambito aziendale (nei settori SECS-P/07-08-09-10-11);

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

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

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

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

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.

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

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 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 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) 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

L'Allegato A del presente Regolamento riporta lo schema del piano di studio del corso, 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.

Alla pagina 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.

Gli esami a libera scelta possono essere individuati tra tutti gli insegnamenti attivati dall'Ateneo, 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.

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. 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 insegnamenti/attività 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).

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 .

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.

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 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 come da piano frequenze essendo è strutturato affinché ci sia consequenzialità di acquisizione delle conoscenze utili per affrontare l'esame successivo 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). 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 Settore Stage di Ateneo.

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 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.

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.

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.

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

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.

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/

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/. 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/

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/

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/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

obbligatorie 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)

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 Titolo IV – Disposizioni finali e transitorie

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. 2018/19.

Le versioni precedenti del presente Regolamento sono reperibili sul sito del corso di studio, alla pagina www.unive.it/pag/3028.

Tipo di attività formativa: Caratterizzante [B]

Aziendale **CFU totali: 36**

CFU parziale	Codice	Settore	Anno	INSEGNAMENTO	CFU
	36 EM7014	SECS-P/08	1	COMUNICAZIONE D'IMPRESA	6
	EM7022	SECS-P/08	2	MARKETING INTERNAZIONALE E NEW PRODUCT DEVELOPMENT	12
	EM7015	SECS-P/08	1	RETAIL E WEB MARKETING	12
	EM7021	SECS-P/08	1	STRATEGIA DI MARKETING	6

Economico **CFU totali: 12**

CFU parziale	Codice	Settore	Anno	INSEGNAMENTO	CFU
	12 EM7011	SECS-P/06	1	ECONOMIA INDUSTRIALE APPLICATA	6
	EM7020	SECS-P/12	1	LE ORIGINI DELL' IMPRESA	6

Giuridico **CFU totali: 6**

CFU parziale	Codice	Settore	Anno	INSEGNAMENTO	CFU
	6 EM0003	IUS/04	1	DIRITTO INDUSTRIALE	6

Statistico-matematico **CFU totali: 6**

CFU parziale	Codice	Settore	Anno	INSEGNAMENTO	CFU
	6 EM7016	MAT/09	1	DATABASE MARKETING	6

Tipo di attività formativa: Affine/Integrativa [C]

Attività formative affini o integrative **CFU totali: 12**

CFU parziale	Codice	Settore	Anno	INSEGNAMENTO	CFU
	6 EM7006	SECS-S/03	2	METODI QUANTITATIVI PER LA SEGMENTAZIONE E IL POSIZION/	6
	6 EM7017	AGR/01	1	AGRI-FOOD MARKETING	6
	EM7008	SPS/09	1	SOCIOLOGIA DEI CONSUMI	6

Tipo di attività formativa: A scelta dello studente [D]

A scelta dello studente **CFU totali: 12**

Insegnamenti consigliati offerti nell'a.a. 2018-19

CFU parziale	Codice	Settore	Anno	INSEGNAMENTO	CFU
	12 EM7036	SECS-S/03	2	LABORATORIO DI METODI STATISTICI PER IL MARKETING	6
	EM7013	SPS/07	1	METODOLOGIA DELLA RICERCA SOCIALE PER IL MANAGEMENT	6

Tipo di attività formativa: Lingua/Prova Finale [E]

Per la prova finale **CFU totali: 24**

CFU parziale	Codice	Settore	Anno	INSEGNAMENTO	CFU
	24 EM0024	PROFIN_S	2	PROVA FINALE	24

Tipo di attività formativa: Altro [F]

Tirocini formativi e di orientamento **CFU totali: 12**

CFU parziale	Codice	Settore	Anno	INSEGNAMENTO	CFU
	12 EM0112	NN	2	TIROCINIO	12