

# Regolamento didattico del Corso di Laurea Magistrale in Innovation and Management for Culture and Creativity (EMR17)

---

Approvato dal Consiglio della Venice School of Management nella seduta del 25/06/2025  
Emanato con Decreto rettorale n. 605/2025 del 08/07/2025

## Sommario

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

## 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 EMR17 Innovation and Management for Culture and Creativity, per quanto in esse non definito.

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

Denominazione: Innovation and Marketing

Classe: LM-77 R– Scienze economico-aziendali

Codice interno: EMR17

Struttura didattica di afferenza: Venice School of Management

Ultima modifica all'Ordinamento: 2025/26

Composizione del Collegio didattico e gruppo AQ del corso di studio: [www.unive.it/cdl/emr17](http://www.unive.it/cdl/emr17) > Studiare > Docenti, organi e rappresentanze studentesche.

Link alla pagina web del corso di studio: [www.unive.it/cdl/emr17](http://www.unive.it/cdl/emr17)

Link dove è reperibile il presente Regolamento: [www.unive.it/cdl/emr17](http://www.unive.it/cdl/emr17) > Studiare > Piano di studio.

## Titolo II – Obiettivi della Formazione

---

### Art. 3 – Obiettivi formativi del corso

Il corso di laurea magistrale in Innovation and Management for Culture and Creativity si propone di formare laureate e laureati con una solida conoscenza in ambito economico-aziendale, matematico-statistico e giuridico, tipica della classe LM-77. Queste competenze consentiranno alle laureate e ai laureati di affrontare le problematiche aziendali con un approccio integrato, tipico delle direzioni aziendali, con particolare enfasi su innovazione e marketing per le imprese culturali e creative. L'integrazione delle logiche quantitative e delle prospettive interculturali e internazionali sarà centrale per la loro preparazione.

Il percorso formativo si articola in modo da coprire le principali aree di apprendimento necessarie per operare in contesti culturali e creativi, sviluppando competenze manageriali, economiche, giuridiche e culturali, oltre che capacità analitiche e operative.

#### 1. Competenze economico-aziendali e di gestione dell'innovazione

Gli insegnamenti delle discipline aziendali forniscono alle studentesse e agli studenti una base solida per comprendere e gestire processi aziendali complessi, preparandoli ad affrontare sfide legate alla gestione dell'innovazione, alla performance aziendale e alle dinamiche di mercato. Questi corsi introducono anche strumenti per affrontare i cambiamenti nelle imprese culturali, sviluppando la capacità di pianificazione strategica e operativa.

#### 2. Competenze economiche, matematiche/statistiche e giuridiche

Per affrontare le sfide di gestione aziendale in contesti culturali, il corso fornisce una preparazione approfondita in economia e politica culturale che prepara gli studenti a comprendere le dinamiche dei mercati culturali e le politiche di sostegno alle imprese creative.

Parallelamente, il corso di ambito quantitativo sviluppa competenze tecniche avanzate per l'analisi quantitativa e la visualizzazione dei dati, fondamentali per monitorare le performance aziendali e pianificare strategie basate su dati concreti.

L'insegnamento di ambito giuridico fornisce conoscenze essenziali per comprendere la regolamentazione del lavoro nelle industrie creative, con attenzione ai contratti, alle tutele dei lavoratori e alla proprietà intellettuale.

#### 3. Competenze culturali

Il percorso integra aspetti storico-culturali attraverso un insegnamento del SSD SECS-P/12, garantendo una comprensione approfondita dell'evoluzione della creatività e del brand. Questo approccio è essenziale per le laureate e i laureati che opereranno in contesti culturali complessi.

Il corso si sviluppa in due anni accademici, con un primo anno che pone le basi per comprendere gli impatti dell'innovazione nelle industrie creative e culturali. Gli insegnamenti di questo anno permettono alle studentesse e agli studenti di sviluppare competenze nell'ambito del management, del marketing e dell'analisi dei dati, gli studenti acquisiranno gli strumenti per interpretare e gestire i cambiamenti interni ed esterni alle imprese creative.

Nel secondo anno, il focus si sposta verso tematiche più specialistiche, come la gestione del brand e del lusso, e la pianificazione dell'innovazione culturale e sociale. Il percorso si conclude con la stesura della tesi di laurea e lo svolgimento del tirocinio curriculare, offrendo alle studentesse e agli studenti un'esperienza pratica diretta nel settore. Le studentesse e gli studenti avranno accesso a metodologie didattiche innovative attraverso progetti di gruppo e collaborazioni con imprese e istituzioni culturali, favorendo l'acquisizione di \*problem solving\* e soft skills richieste dal mercato del lavoro. La combinazione di teoria e pratica, integrata con esperienze concrete, renderà il passaggio dalla formazione all'applicazione più fluido, permettendo agli studenti di acquisire competenze immediatamente applicabili. L'uso della lingua inglese, in forma scritta e orale, con particolare attenzione al lessico tecnico, sarà un aspetto chiave della formazione, garantendo ai laureati una preparazione adeguata per operare in contesti internazionali.

Il corso di laurea magistrale in Innovation and Management for Culture and Creativity offre una formazione multidisciplinare mirata a formare professionisti in grado di gestire l'innovazione e il cambiamento nelle industrie creative e culturali. Grazie all'integrazione tra competenze economico-aziendali, giuridiche, tecniche e culturali, le laureate e i laureati saranno pronti ad affrontare le sfide complesse del settore con approcci innovativi e sostenibili.

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/ Brand / Product Manager di Imprese Innovative/Operanti in Mercati Dinamici e ad Alto Valore Simbolico  
funzione in un contesto di lavoro:

Le laureate e i laureati in Innovation and Marketing for Culture and Creativity potranno operare nelle aree marketing, sviluppo prodotti e comunicazione all'interno di organizzazioni culturali e creative o in mercati dinamici caratterizzati da un elevato valore simbolico dei prodotti. Potranno occuparsi della definizione di strategie di marketing e sviluppo di innovazioni, contribuendo alla loro implementazione pratica sul mercato. Inoltre, il laureato potrà svolgere attività di consulenza di marketing, sia in imprese sia presso agenzie specializzate, per pianificare strategie mirate al raggiungimento degli obiettivi aziendali.

competenze associate alla funzione:

Le laureate e i laureati in questo profilo svilupperanno un insieme di competenze strategiche e operative per affrontare le sfide del marketing e della gestione del brand in contesti culturali e creativi e caratterizzati da prodotti con elevato valore simbolico. Le competenze acquisite includono:

- Marketing strategico: Capacità di sviluppare e implementare strategie di marketing orientate all'innovazione, adattando prodotti e servizi alle esigenze di mercati in rapida evoluzione e alle preferenze dei consumatori.
- Gestione del brand: Competenze nella gestione del posizionamento del marchio, creazione e gestione dell'identità di brand, e sviluppo di campagne promozionali che rafforzino l'immagine aziendale nei mercati target.
- Analisi di mercato: Capacità di condurre analisi qualitative e quantitative per comprendere le tendenze di mercato, i comportamenti dei consumatori e le opportunità di crescita, con particolare attenzione ai settori creativi e culturali.
- Comunicazione e promozione: Utilizzo di tecniche avanzate di comunicazione integrata, sia online che offline, per promuovere prodotti e marchi ad alto contenuto simbolico, con particolare attenzione alle piattaforme digitali e social.
- Gestione di eventi e produzioni culturali: Capacità di pianificare e gestire eventi complessi, coordinando la produzione di spettacoli ed eventi in linea con gli obiettivi culturali e promozionali dell'organizzazione.

- Gestione dell'innovazione di prodotto: Capacità di coordinare il lancio di nuovi prodotti, gestendo il ciclo di vita del prodotto e sviluppando strategie di innovazione che rispondano ai cambiamenti nel mercato e nelle preferenze dei clienti.
- Capacità di leadership: Abilità nel coordinare team interdisciplinari e nella gestione di progetti complessi, garantendo che le strategie di marketing e brand siano implementate con successo.

sbocchi occupazionali:

Le laureate e i laureati in questo profilo professionale potranno ricoprire ruoli chiave in vari ambiti del marketing e della gestione del prodotto, all'interno di contesti aziendali che puntano sull'innovazione e sul valore simbolico dei loro prodotti. Le posizioni a cui potranno aspirare includono:

- Marketing Manager: Responsabile della pianificazione, sviluppo e implementazione di strategie di marketing per prodotti (beni e servizi) culturali e creativi, con particolare attenzione ai mercati dinamici e di tendenza.
- Brand Manager: Gestione del marchio e delle strategie di posizionamento, focalizzandosi su mercati ad alto valore simbolico, curando l'identità e la coerenza del brand.
- Product Manager: Coordinamento dello sviluppo di nuovi prodotti e servizi innovativi, con la gestione del loro ciclo di vita e l'adattamento alle esigenze di mercato.
- Consulente di marketing: Lavoro presso agenzie o come freelance, offrendo consulenza alle imprese per migliorare le loro strategie di comunicazione, branding, fundraising e sviluppo prodotto.
- Event Manager: Progettazione organizzazione e produzione di eventi per i settori culturali e creativi anche finalizzati a implementare strategie di fundraising, coinvolgendo sponsor e finanziatori
- Digital Marketing Specialist: Creazione e gestione di campagne di marketing digitale, utilizzando strumenti innovativi per la promozione online di prodotti culturali e creativi.
- Responsabile della comunicazione e promozione: Specialista nella creazione di campagne di comunicazione e promozione per prodotti (beni e servizi) culturali e marchi ad alto contenuto creativo, attraverso l'uso di media tradizionali e digitali, eventi e partnership strategiche.

Questi sbocchi lavorativi sono disponibili in aziende pubbliche e private operanti in settori ad alto valore del marchio, agenzie di marketing, consulenza strategica, e organizzazioni no-profit e istituzioni impegnate in attività di branding e comunicazione innovativa.

Business Developer, Addetto allo Sviluppo Aziendale e Innovation Strategist

funzione in un contesto di lavoro:

Le laureate e i laureati in questo profilo saranno in grado di integrarsi in team interdisciplinari, con l'obiettivo di sviluppare nuove strategie di crescita aziendale. Grazie alla capacità di coniugare marketing, innovazione e strategia, il laureato sarà in grado di identificare le modalità di sviluppo più adatte al contesto competitivo di organizzazioni culturali e creative. Opererà come ponte tra marketing e innovazione, proponendo soluzioni sostenibili sia a livello economico-finanziario sia creativo, individuando nuove opportunità per prodotti a elevato valore simbolico.

competenze associate alla funzione:

Le laureate e i laureati in questo profilo acquisiranno un insieme di competenze che li renderanno capaci di gestire lo sviluppo aziendale e la pianificazione strategica, con una forte attenzione all'innovazione e alla sostenibilità. Le competenze includono:

- Sviluppo del business: Capacità di identificare nuove opportunità di crescita aziendale e creare strategie per entrare in mercati emergenti o diversificare l'offerta di organizzazioni culturali e creative.
- Ricerca e analisi di mercato: Competenze avanzate nell'utilizzo di strumenti qualitativi e quantitativi per analizzare il mercato, valutare la concorrenza e identificare tendenze emergenti nel settore culturale e creativo.
- Strategia di innovazione: Capacità di progettare e implementare strategie di innovazione che integrino sostenibilità economica e creatività, favorendo l'introduzione di nuovi prodotti o servizi nel mercato.
- Pianificazione e gestione progetti: Abilità nel gestire progetti complessi che coinvolgono attori diversi (artistici, tecnici e manageriali), garantendo che le soluzioni innovative siano realizzate in modo efficiente e in linea con gli obiettivi aziendali.
- Comunicazione e promozione dell'innovazione: Competenze nel promuovere le iniziative innovative dell'azienda, sviluppando strategie di comunicazione e posizionamento che ne valorizzino l'unicità e l'impatto sul mercato.
- Leadership e gestione di team interdisciplinari: Capacità di coordinare team che integrano competenze diverse (tecniche, artistiche e di business) e di promuovere un ambiente di lavoro collaborativo e orientato all'innovazione.

- **Sostenibilità e responsabilità sociale:** Integrazione di pratiche sostenibili nei processi operativi e gestionali, promuovendo l'uso responsabile delle risorse e l'impatto positivo dei prodotti culturali e creativi sulla comunità.

sbocchi occupazionali:

Le laureate e i laureati potranno intraprendere carriere in ruoli orientati allo sviluppo aziendale e alla strategia di innovazione, sia nel settore privato che pubblico, con particolare attenzione ai settori culturali e creativi. Le posizioni più comuni includono:

- **Business Developer:** Responsabile pianificazione e gestione di progetti che promuovono la crescita, individuando nuove opportunità di mercato, potenziali partnership strategiche per aziende innovative o imprese creative, diversificazione del business, attraverso l'analisi di mercati e tendenze emergenti
- **Innovation Strategist:** Coordinamento di strategie di innovazione e sviluppo di nuovi prodotti o servizi, con un focus sulla sostenibilità e l'integrazione di nuove tecnologie.
- **Project Manager:** Gestione di progetti complessi che coinvolgono diversi attori, combinando creatività e competenze tecniche per sviluppare soluzioni innovative e sostenibili per le città e i territori
- **Consulente di Innovazione:** Consulenza strategica per aziende o istituzioni culturali, aiutandole a sviluppare nuovi modelli di business e a integrare innovazioni nei loro processi.
- **Communication Strategist per Innovazione:** Sviluppo di strategie di comunicazione e promozione per nuove soluzioni innovative, in stretta collaborazione con i team di marketing e sviluppo, per posizionare l'innovazione in modo efficace sul mercato.

I laureati possono trovare opportunità in aziende private di vari settori, società di consulenza, organizzazioni non-profit, istituzioni pubbliche e come imprenditori nei settori culturali e creativi

## 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 le studentesse e gli studenti con titolo conseguito all'estero: laurea almeno triennale; in questo caso è necessaria la prevalidazione 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 2025/2026 i posti disponibili sono: 70

Per l'accesso sono richiesti:

1) 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 nel settore 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.

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.

L'immatricolazione è condizionata dalla posizione occupata nella graduatoria. La selezione si svolge in lingua inglese. Tutte le informazioni specifiche su modalità di preiscrizione, selezione e immatricolazione sono contenute nel bando di ammissione pubblicato sul sito dell'Ateneo.

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.

Link: <http://www.unive.it/emr17> (> Iscriverti)

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

Si richiede la conoscenza certificata della lingua inglese a livello almeno B2.

Agli studenti e alle studentesse stranieri/e che non siano già in possesso di un livello di conoscenza dell'Italiano pari o superiore al B1, sono riservati 3 CFU da dedicare all'apprendimento della lingua italiana e 6 CFU di tirocinio (invece di 9 CFU).

Le modalità di verifica, le certificazioni previste e le casistiche di esonero sono indicate sul sito di Ateneo.

## **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.

Ai candidati che si immatricolano al Corso di Laurea Magistrale in Innovation and Management for Culture and Creativity con un riconoscimento crediti, verranno riconosciuti massimo 36 CFU di esami sostenuti in lingua italiana.

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

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

## **Titolo III – Organizzazione didattica**

---

### **Art. 7 – Informazioni generali**

Lingua: Gli insegnamenti verranno erogati in lingua inglese.

Modi dell'erogazione della didattica: frontale, alcuni insegnamenti potrebbero essere svolti in modalità blended oppure online.

Sede di svolgimento delle attività didattiche: Venezia

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

Nel piano di studi gli insegnamenti sono da 6 CFU o da 12 CFU e nel corso dell'anno sono previste diverse sessioni d'esame, per ciascun insegnamento vengono calendarizzate 4 date per sostenere l'esame:

- gli insegnamenti da 6 CFU 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 12 CFU si tengono per un semestre. A conclusione del semestre si tengono le sessioni d'esame.
- 1 CFU corrisponde a 25 ore. Le ore per ciascun credito sono comprensive di lezioni frontali e studio individuale. Per ciascun modulo da 6 CFU sono erogate 30 ore di didattica frontale; le rimanenti 120 ore sono di studio individuale.

## Art. 8 – Curricula e percorsi

Il corso di laurea magistrale in Innovation and Management for Culture and Creativity è organizzato in un unico curriculum.

## Art. 9 – Piani di studio

Schema del piano di studio: Alla pagina [www.unive.it/cdl/emr17](http://www.unive.it/cdl/emr17) (percorso: Studiare > Piano di studio) è riportato 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, dell'anno di corso, dei crediti formativi universitari (CFU) attribuiti a ciascun insegnamento, dei CFU a libera scelta dello studente, dei CFU previsti per altre attività quali tirocinio/microcredenziale e la prova finale. Nella stessa pagina web 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 alle studentesse e agli studenti la possibilità di frequentare le lezioni di tutti gli insegnamenti obbligatori previsti; il mancato rispetto del piano frequenze potrebbe porre 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 non equivalenti a quelli del proprio piano di studi.

La studentessa/lo studente potrà chiedere di inserire altri insegnamenti o altre attività formative di livello magistrale, purché coerenti con il proprio progetto formativo. La coerenza sarà valutata dal Collegio didattico. La richiesta dovrà essere presentata al campus economico che provvederà ad inoltrarla al Collegio didattico.

Per quanto riguarda l'inserimento di esami non di area economica, il Collegio didattico verifica la coerenza delle attività didattiche inserite tra i crediti a libera scelta con il progetto formativo (la coerenza si riferisce al singolo piano di studio presentato ed è valutata con riferimento all'adeguatezza delle motivazioni fornite). L'inserimento di un tirocinio in sostituzione di un esame a libera scelta deve essere autorizzato preventivamente dal collegio didattico, e non può in nessun caso sostituire più di 6 CFU. Poiché il tirocinio sostituisce crediti formativi deve avere rilevanti contenuti scientifici, coerenti con il percorso di studi.

L'autorizzazione preventiva non garantisce automaticamente il riconoscimento finale, che è rilasciato dal coordinatore del Collegio Didattico sulla base della documentazione presentata dalla studentessa/dallo studente a conclusione dello stage, comprensiva di una relazione finale dettagliata sulle attività svolte.

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

Le scelte degli insegnamenti tra i crediti a libera scelta devono essere effettuate secondo un criterio di coerenza con il progetto formativo della studentessa/dello studente.

E' possibile inserire nel proprio piano insegnamenti/attività in sovrannumero.

Tra i crediti a libera scelta non è possibile inserire esami di lingua inglese, o di lingue straniere che siano la propria madrelingua. L'eventuale inserimento di esami relativi ad altre lingue straniere dovrà essere approvato dal Collegio Didattico. La studentessa/lo studente iscritta/o ad un corso di laurea magistrale non può sostenere esami di livello triennale.

Non è consentito l'inserimento nel piano di studio di due esami equivalenti tra loro, che prevedano una ripetizione, anche parziale, di contenuti didattici. Le attività didattiche a libera scelta selezionate nei piani di studio potranno essere oggetto di verifiche e nel caso si rilevi l'inserimento o il sostenimento di esami equivalenti l'esame verrà annullato. Il Collegio didattico può approvare piani di studio non aderenti ai curricula previsti dal Regolamento didattico del corso. È possibile conseguire il titolo secondo un piano di studi individuale comprendente anche attività formative diverse da quelle previste dal Regolamento didattico, purché in coerenza con l'ordinamento didattico del corso di studi dell'anno accademico di immatricolazione.

## 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.

È possibile anticipare gli esami previsti al 2° anno solo se attivati altrimenti non è 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 ([www.unive.it/cdl/em4](http://www.unive.it/cdl/em4) > Studiare > Piano di studio), il quale è strutturato affinché ci sia consequenzialità di acquisizione delle conoscenze utili per affrontare l'esame successivo, e di controllare nei programmi degli insegnamenti se sono date per note alcune conoscenze di livello triennale.

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

*Possono essere riconosciute, in luogo del tirocinio curriculare, abilità maturate in attività lavorative/professionali o altre attività formative ritenute iniziative di particolare valenza formativa, la cui coerenza con gli obiettivi formativi del Corso di Studio frequentato e con i risultati di apprendimento attesi deve essere valutata dal Collegio Didattico o stabilita da decisioni generali degli organi di Ateneo, nel rispetto della normativa vigente, dei Regolamenti di Ateneo e delle Linee Guida per lo svolgimento dei Tirocini.*

Per ogni informazione e per tutte le pratiche amministrative, 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. La studentessa/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. Alla studentessa/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 fuori del corso di studio:*

Il riconoscimento di attività formative, svolte in Italia o all'estero, esperienze lavorative, conoscenze ed abilità certificate compete ai Collegi didattici, nel rispetto della normativa vigente, dei Regolamenti di Ateneo e delle Linee guida sul riconoscimento crediti ([www.unive.it](http://www.unive.it)=>Ateneo=>Statuto e regolamenti=>Regolamenti=>Studenti e studentesse=>Linee guida per riconoscimento CFU).

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.
- È 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

Gli esami di profitto potranno consistere in una prova scritta, orale o pratica e/o in una combinazione di queste modalità. La mera consegna di un elaborato non prodotto in sede di esame non è sufficiente ai fini della valutazione del profitto, ma è necessaria la discussione pubblica dell'elaborato stesso.

Le modalità d'esame sono definite dal/dalla docente nel syllabus dell'insegnamento e devono prevedere una graduazione dei voti. Non è ammessa la differenziazione dei programmi e delle modalità d'esame in base alla frequenza a lezione, ma è permesso prevedere attività di didattica interattiva e lavori di gruppo durante il periodo in cui si svolge l'insegnamento. Tali attività possono concorrere al voto finale, ma viene garantita la possibilità di ottenere il massimo punteggio sia a chi partecipa sia a chi non partecipa a tali attività.

Per sostenere l'esame si deve essere iscritti alla lista d' appello. Non è possibile accettare studentesse e studenti non iscritti agli esami.

### Appelli:

Per ogni insegnamento sono previsti quattro appelli d'esame per anno accademico secondo lo schema pubblicato alla pagina [www.unive.it/calendario](http://www.unive.it/calendario) => Schema sessioni e distribuzione appelli d'esame.

Le studentesse e gli studenti neoimmatricolati possono sostenere esami nella sessione di settembre.

### 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. In caso di riconoscimento crediti non concorrono alla determinazione dell'anno di corso.

### 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 preso in passato e quello attuale.

La studentessa/lo studente deve concordare l'integrazione con la/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, in lingua inglese, deve essere condotta con approfondita conoscenza delle metodologie proprie del settore disciplinare di riferimento. Il prodotto finale dovrà quindi possedere caratteri di originalità, documentazione e approfondimento scientifico esauriente.

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

Alla laureanda / al laureando, oltre alla relatrice / al relatore di tesi e all'eventuale correlatrice / correlatore (qualora la stesura della tesi sia stata seguita da due docenti), possono essere assegnati una/uno o più controrelatrici/controrelatori che, in sede di discussione, svolgeranno un'analisi critica della tesi ai fini della valutazione.

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 (lauree magistrali, specialistiche e del vecchio ordinamento) o inviato se in modalità telematica.

Determinazione del voto 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 pagina di Ateneo.

L'attribuzione della lode al voto finale è a discrezione della commissione.

Link inserito: <http://www.unive.it/pag/8750/>

La Venice School of Management ha definito una procedura on line per richiedere l'assegnazione di un relatore disponibile a seguire lo studente in tesi vedi link <http://www.unive.it/pag/15461/>

Inoltre, è stata redatta una 'Guida alla Tesi' (in lingua italiana e in lingua inglese) per fornire ulteriori informazioni utili alla stesura della tesi e pubblicata nella pagina web

[http://www.unive.it/media/allegato/DIP/Management/2014/Guida\\_Tesi\\_definitiva.pdf](http://www.unive.it/media/allegato/DIP/Management/2014/Guida_Tesi_definitiva.pdf)

Link: <http://www.unive.it/emr17> ( > Laurearsi )

## **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 della studentessa/dello studente fuori corso, il collegio didattico ha previsto, per ciascun insegnamento disattivato, la possibilità di sostenere l'esame e, ove possibile, un insegnamento sostitutivo.

Non sono riconosciuti gli esami sostenuti come corsi singoli presso altre Università in Italia o all'estero durante il periodo di iscrizione al Corso.

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.

Ulteriori opportunità

Il Collegio Didattico del Corso di Laurea Magistrale in Innovation and Management for Culture and Creativity in collaborazione con gli altri Corsi di Laurea Magistrale della Venice School of Management promuove le attività trasversali in modo tale da offrire agli studenti iscritti opportunità 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.

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 sui piani 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.

### **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. 2025-2026.

Le versioni precedenti del presente Regolamento sono reperibili sul sito del corso di studio, alla pagina [www.unive.it/cdl/EM17](http://www.unive.it/cdl/EM17).