



Informazioni generali sul Corso di Studi

Università	Università "Ca' Foscari" VENEZIA
Nome del corso in italiano	Innovazione e marketing (<i>IdSua:1599614</i>)
Nome del corso in inglese	Innovation and Marketing
Classe	LM-77 - Scienze economico-aziendali
Lingua in cui si tiene il corso	inglese
Eventuale indirizzo internet del corso di laurea	http://www.unive.it/em17
Tasse	http://www.unive.it/tasse
Modalità di svolgimento	a. Corso di studio convenzionale



Referenti e Strutture

Presidente (o Referente o Coordinatore) del CdS	CHECCHINATO Francesca
Organo Collegiale di gestione del corso di studio	Francesca Checchinato; Monica Calcagno; Maurizio Falsone; Silvia Panfilò; Andrea Stocchetti e Tiziano Vescovi
Struttura didattica di riferimento	Venice School of Management (Dipartimento Legge 240)

Docenti di Riferimento

N.	COGNOME	NOME	SETTORE	QUALIFICA	PESO	TIPO SSD
1.	CALCAGNO	Monica		PA	1	
2.	CHECCHINATO	Francesca		PA	1	
3.	FALSONE	Maurizio		PA	1	

4.	FAVA	Valentina	PA	1
5.	PANFILO	Silvia	RD	1
6.	STOCCHETTI	Andrea	PA	1
7.	VESCOVI	Tiziano	PO	1

Rappresentanti Studenti	DE BIANCHI STEFANO 889463@stud.unive.it BERNARDO ANDREA 894305@stud.unive.it ANDRAWES OSAMA 888663@stud.unive.it
Gruppo di gestione AQ	FRANCESCA CHECCHINATO MORENA CHICCA SILVIA PANFILO ANDREA STOCCHETTI
Tutor	Valentina FAVA Michele PINELLI Matteo Maria TRIOSSI VERONDINI Andrea STOCCHETTI Francesco RULLANI Antonio COSTANTINI Francesca DAL MAS Inga JONAITYTE Ashraf KHAN Marta PITTAVINO Laura CORTELLAZZO Giulia CANCELLIERI



Il Corso di Studio in breve

09/01/2023

Il corso di laurea magistrale in Innovation and Marketing mira a formare figure professionali con elevate capacità manageriali per la gestione dei rapporti tra impresa e mercato. La solida forma mentis del laureato in Innovation and Marketing permetterà di cogliere le sfide competitive generate dall'innovazione, che si confrontano con opportunità e minacce legate alle profonde trasformazioni dello scenario socioeconomico nazionale e internazionale.

Oltre alle competenze di base legate al marketing management, il corso di studi si propone di preparare figure professionali in grado di comprendere il processo di innovazione e pianificarne l'uscita sul mercato, in relazione all'ecosistema di appartenenza dell'impresa. Il corso di studi offre inoltre una solida formazione manageriale all'interno di una prospettiva di lavoro interdisciplinare che guarda al marketing nella sua relazione con i diversi processi innovativi che caratterizzano la gestione, insegnando agli studenti a cogliere gli elementi chiave per la formulazione di una strategia e fornendo loro utili strumenti per comprendere e leggere in chiave critica la realtà.

Il corso consente di sviluppare tali avanzate conoscenze e competenze attraverso metodi didattici innovativi, basati sul coinvolgimento attivo degli studenti e sull'interazione con i protagonisti del mondo delle imprese e delle istituzioni.

Link: <http://www.unive.it/em17>



QUADRO A1.a

Consultazione con le organizzazioni rappresentative - a livello nazionale e internazionale - della produzione di beni e servizi, delle professioni (Istituzione del corso)

13/01/2023

La consultazione con le Parti Sociali, avvenute in sei differenti occasioni (23/04/2021, 06/09/2021, 17/02/2022, 06 e 08/06/2022, 10/08/2022) ha rappresentato un elemento cardine nella decisione di riorganizzazione dell'offerta formativa in lingua inglese del Dipartimento di Management, che prevedeva un unico CdS in Management diviso in tre curricula, molto eterogenei tra loro: International Management, Accounting & Finance, Innovation and Marketing. Il nuovo CdS in Innovation and Marketing nasce infatti dalla richiesta di rendere maggiormente chiara agli occhi delle imprese, delle studentesse e degli studenti e delle famiglie la proposta di studi in Management, esplicitandone chiaramente le specializzazioni al suo interno. Le voci risultavano coerenti su un aspetto: i tre curricula preparavano laureati con competenze diverse e con profili da inserire in aree aziendali distanti tra loro; il titolo di laureato in Management non rendeva esplicite tali differenze e i laureati risultavano quindi meno competitivi sul mercato del lavoro. La creazione del corso di laurea indipendente in Innovation and Marketing permetterà di risolvere questo aspetto, rendendo immediatamente comprensibile il profilo professionale del laureato, sia in fase di reclutamento per le imprese, sia in fase di scelta del corso di laurea magistrale per le studentesse e gli studenti.

La consultazione ha seguito due direttrici distinte e complementari che hanno coinvolto il comitato d'indirizzo del CdS in Management e alcuni professionisti contattati direttamente della referente del curriculum Innovation & Marketing del CdS in Management.

Il comitato di indirizzo del CdS in Management è un gruppo di lavoro formato da importanti imprese che oggi rappresentano punti di riferimento nel mondo imprenditoriale locale, alcuni manager qualificati operanti in multinazionali nonché rappresentanti del mondo dei servizi e liberi professionisti, i cui ruoli sono General Manager, CEO, Responsabile Mercati Esteri, Global marketing director, Direttore Marketing e vendite, Consulente - digital e content marketing strategist, responsabile di gruppo.

Sono stati inoltre coinvolti altri due professionisti, che ricoprono ruoli di specifico interesse per il nuovo Cds (business developer e direttore generale di una Digital Agency) per avere un quadro più completo relativo ai profili che il CdS si propone di formare.

L'attività di consultazione collegiale nelle dimensioni prima esplicitate ha sottolineato l'importanza di rendere autonomo il percorso di laurea magistrale in Innovation and Marketing.

Gli ulteriori colloqui individuali della referente del curriculum con i professionisti sopra menzionati per una verifica dell'appetibilità del profilo uscente nel mercato specialistico delle agenzie e società di consulenza e delle necessarie competenze per operare in tali contesti hanno permesso di confermare il progetto formativo.

Le esigenze manifestate dalle associazioni di categoria e dalle imprese hanno assunto un'urgenza ancora maggiore alla luce della valutazione dell'offerta didattica magistrale nazionale e internazionale. Dall'analisi delle proposte formative delle principali Università italiane e internazionali (si veda il documento di progettazione) è emerso come diverse tra loro, in primis le Università accreditate EQUIS, stiano provvedendo a presidiare i mercati internazionali attraverso un'offerta magistrale in inglese variegata, con la presenza di più CdS indipendenti in classe LM-77.

Una volta istituito, il CdS si propone di formare un nuovo comitato di indirizzo, composto da professionisti di aziende manifatturiere e dei servizi, nonché associazioni di categoria, al fine di verificare con cadenza regolare l'attualità della proposta didattica ed intervenire qualora le istanze del mercato del lavoro divergessero da quanto proposto nel CdS. Ci si continuerà inoltre ad avvalere dell'attività di un organo dedicato creato dal Dipartimento di Management, il Consilium, attivo dal 2016. Il Consilium riunisce una varietà di figure professionali con ruoli dirigenziali di vertice e specifici d'area,

prevalentemente radicate sul territorio del Nord Est che contribuiscono ad arricchire il dialogo con il dipartimento e che hanno avuto modo di indicare le priorità di crescita per l'offerta didattica a partire da una valutazione diretta delle dinamiche del mercato del lavoro.

Per i verbali delle consultazioni con le parti sociali si rimanda all'allegato al quadro A1.B.



QUADRO A1.b

Consultazione con le organizzazioni rappresentative - a livello nazionale e internazionale - della produzione di beni e servizi, delle professioni (Consultazioni successive)

15/04/2024

Il Dipartimento di Management - Venice School Management nel processo di riorganizzazione che ha portato nel 2023 ad ottenere l'accreditamento internazionale EQUIS ha rivisto il funzionamento del proprio comitato di indirizzo, istituito nel 2016 con il nome di "Consilium", rinominandolo come "Strategic Stakeholders Group" (SSG) per una maggiore comprensione a livello internazionale. L'SSG è composto da professionisti del settore di elevata qualificazione ed esperienza, da imprenditori, rappresentanti di categorie e istituzioni pubbliche a livello nazionale e internazionale, rappresentativi di tutti i CdS del Dipartimento di Management - Venice School of Management. Esso è stato ufficialmente nominato con delibera di dipartimento del 20 marzo 2024. Questo gruppo di consultazione si riunisce almeno una volta l'anno con l'obiettivo di consigliare il dipartimento nello sviluppo strategico, con un focus sulla didattica e sui corsi di studio proposti in offerta formativa. Inoltre, ai membri dell'SSG si propone, in base alle disponibilità dei singoli, il coinvolgimento in alcune attività di consultazione relativamente di progetti didattici, di ricerca e/o terza missione o altre iniziative strategiche del Dipartimento di Management - Venice School of Management, a partire da una collaborazione con i coordinatori dei singoli corsi di studio per sviluppare una didattica innovativa e in linea con le sfide del mercato del lavoro. Il 20 marzo 2024 il CdD ha nominato la composizione dell'SSG che potrà essere integrata e modificata da successive delibere del CdD (vedasi allegati).

Il 25 marzo 2024 il Collegio Didattico ha convocato il comitato di indirizzo, composto da professionisti con i seguenti profili professionali: Global marketing director, Consulente digital marketing, Libera professionista, CEO, Sales and marketing manager, Head of Performance Marketing / E-business, Global Marketing Manager, International Business Developer, Amministratore delegato, Employer Branding, HR director Europe, Direttrice Marketing. L'obiettivo era di verificare l'attualità della proposta didattica. La combinazione di lezioni frontali, didattica interattiva e lo sviluppo di progetti in collaborazione con aziende sono considerati i capisaldi del progetto formativo. Tale bilanciamento va mantenuto per fornire sia la conoscenza teorica, sia la capacità di applicare i concetti a contesti complessi e di saperla poi comunicare e far comprendere al proprio pubblico di riferimento.

Link: <http://www.unive.it/em17>

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Verbali parti sociali

Marketing manager, Digital marketing manager, Brand manager, Product manager di imprese innovative/operanti in mercati fortemente dinamici

funzione in un contesto di lavoro:

Le laureate e i laureati in Innovation and Marketing potranno operare nelle funzioni preposte al marketing, allo sviluppo di prodotti e servizi innovativi e alla comunicazione o svolgere attività di consulenza di marketing.

In particolare, la/il manager che il CdS formerà sarà in grado di operare nell'area marketing e comunicazione dell'impresa, studiare il mercato, progettare e rendere esecutive le strategie di sviluppo delle innovazioni sul mercato. Potrà anche svolgere attività di consulenza nelle imprese e in ambito professionale in agenzie di marketing. In tal caso la laureata/il laureato in Innovation and marketing sarà in grado di definire piani di sviluppo di proposte di marketing volte al raggiungimento degli obiettivi aziendali dei clienti.

competenze associate alla funzione:

L'indirizzo offre una solida formazione manageriale all'interno di una prospettiva di lavoro interdisciplinare che guarda al marketing nella sua relazione con i diversi processi innovativi che caratterizzano la vita d'impresa, rafforzando le capacità interpretative oltre che di problem solving richieste alle future e ai futuri manager.

sbocchi occupazionali:

Le competenze e le conoscenze acquisite consentiranno l'inserimento della laureata e del laureato in numerosi contesti professionali: imprese private di qualsiasi settore economico; società di consulenza; agenzie di marketing e comunicazione; pubblica amministrazione; attività imprenditoriali.

Business developer, Addetti allo sviluppo aziendale e innovation strategist

funzione in un contesto di lavoro:

La figura professionale che il corso di laurea formerà potrà essere inserita in team di lavori interdisciplinari, grazie alla capacità di comprensione dell'ottica di marketing e vendita con quella relativa allo sviluppo di nuovi prodotti e di innovazioni user-centred. Fungendo da ponte tra marketing e innovazione, saprà individuare le modalità di innovazione più coerenti con il contesto di mercato.

competenze associate alla funzione:

La laureata/il laureato in Innovation & Marketing avrà maturato le competenze per svolgere ricerche di mercato che permettano di valutare differenti proposte da immettere sul mercato. Saprà inoltre utilizzare strumenti qualitativi e quantitativi di analisi allo scopo di valutare corsi d'azione alternativi a quelli esistenti, coerenti con le esigenze del mercato e dei clienti. La laureata/il laureato in Innovation & marketing sarà quindi in grado di ricercare e valutare nuove opportunità di sviluppo per il business aziendale e utilizzare vari strumenti di pianificazione e gestione dell'innovazione, conoscendo i processi creativi ad essa collegati.

sbocchi occupazionali:

Le competenze e le conoscenze acquisite consentiranno l'inserimento della laureata/del laureato in numerosi contesti professionali: imprese private di qualsiasi settore economico; società di consulenza; attività imprenditoriale.

1. Specialisti nella commercializzazione nel settore delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione - (2.5.1.5.3)
2. Specialisti nella commercializzazione di beni e servizi (escluso il settore ICT) - (2.5.1.5.2)
3. Specialisti delle relazioni pubbliche, dell'immagine e professioni assimilate - (2.5.1.6.0)
4. Analisti di mercato - (2.5.1.5.4)



QUADRO A3.a

Conoscenze richieste per l'accesso

13/01/2023

Per l'ammissione è richiesto il possesso di una Laurea in una delle seguenti classi: L-18 (Scienze dell'Economia e della Gestione aziendale), L-33 (Scienze Economiche), o Laurea equivalente dei previgenti ordinamenti, o altro titolo di studio conseguito all'estero riconosciuto idoneo, nonché il possesso di un'adeguata personale preparazione.

Le laureate e i laureati provenienti da altre classi di Laurea potranno accedere al corso solo se in possesso di almeno 60 CFU in specifici settori scientifico-disciplinari, come specificati nel Regolamento didattico del corso e riportati nel quadro A3.B.

È richiesta la conoscenza della lingua inglese almeno di livello B2.

La verifica della personale preparazione è obbligatoria; essa avviene anche attraverso una prova.

Per il dettaglio dei requisiti curriculari e delle modalità di verifica della personale preparazione si rimanda al Regolamento didattico del corso di laurea magistrale.



QUADRO A3.b

Modalità di ammissione

08/01/2024

Il corso di laurea magistrale è ad accesso programmato.

Per l'anno accademico 2024/2025 i posti disponibili sono: 70

Per l'accesso sono richiesti:

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

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

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

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

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

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

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

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

2) il possesso di un'adeguata preparazione personale.

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 <https://www.unive.it/cdl/em17> (Percorso: Iscriverti>Ammissione>Bando).

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 (Percorso: Servizi>Carriera studenti e laurea>Conoscenze linguistiche richieste). Nel caso in cui il candidato non ne sia in possesso non potrà immatricolarsi.

Link: <http://www.unive.it/em17> (Percorso:Iscriverti>Ammissione)



QUADRO A4.a

Obiettivi formativi specifici del Corso e descrizione del percorso formativo

13/01/2023

Il corso di laurea magistrale in Innovation and Marketing si propone di formare laureate e laureati con un'approfondita conoscenza in ambito economico-aziendale, matematico-statistico e giuridico (propria delle lauree in classe LM-77), che permettono loro di affrontare le problematiche aziendali nell'ottica integrata propria delle direzioni aziendali e della programmazione e gestione del cambiamento, con particolare riferimento alle problematiche legate all'innovazione e al marketing delle imprese private e pubbliche. Le conoscenze verranno acquisite anche tramite l'uso delle logiche e delle tecniche della formalizzazione quantitativa e della prospettiva internazionale e interculturale.

Il Cds permetterà inoltre di acquisire le metodologie, i saperi e le abilità necessarie a ricoprire posizioni di responsabilità nell'amministrazione e nel governo delle aziende, nonché a svolgere le libere professioni legate agli ambiti di marketing e innovazione e di essere in grado di utilizzare efficacemente, in forma scritta e orale, la lingua inglese, con riferimento anche al lessico tecnico.

Il corso di studio si propone, inoltre, di specializzare le laureate e i laureati:

- a) fornendo capacità di inquadramento teorico di problemi che consenta loro di leggere i nuovi contesti di mercato, prevederne l'evoluzione e prendere decisioni al fine di rendere la presenza dell'impresa più competitiva;
- b) sviluppando capacità operative per la pianificazione delle attività di marketing e di sviluppo dell'innovazione;
- c) sviluppando la capacità di leggere e interpretare problemi manageriali complessi, tipici dei processi di innovazione, che sono il risultato dell'interazione di dinamiche sociali e culturali di ampio spettro e di lungo periodo.

Il Corso di Laurea magistrale intende fornire un quadro di riferimenti culturali adeguati alla complessità degli scenari competitivi all'interno del quale le imprese sono chiamate ad operare. Il CdS fornirà le competenze necessarie e un

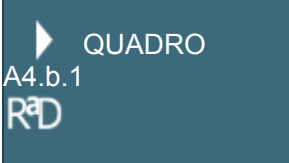
approfondimento specifico relativamente a:

- a) la capacità di comprensione del contesto e l'identificazione del timing, dello user e delle modalità con cui innovare all'interno della proposta di valore dell'impresa;
- b) l'identificazione di un corretto posizionamento sul mercato, coerente con le esigenze dei clienti/consumatori, i cambiamenti dell'ambiente e le spinte competitive;
- c) la capacità di comunicare la proposta di valore a pubblici e in contesti diversi, in relazione al tipo di innovazione e al segmento di mercato da aggredire;
- d) la verifica della sostenibilità economica.

Il percorso posa quindi su due pilastri: insegnamenti volti a sviluppare competenze legate alla capacità di leggere il mercato e gestire l'innovazione, e insegnamenti volti a posizionare, sostenere e rendere profittevoli sul mercato le nuove proposte.

Le studentesse e gli studenti avranno accesso a opportunità didattiche innovative negli insegnamenti curricolari. Queste formule didattiche consentono a studentesse e studenti di apprendere forme nuove di problem solving e di costruire percorsi di crescita attraverso l'interazione nell'ambito di lavori di gruppo e nell'incontro con il management delle imprese e delle istituzioni. Queste forme di integrazione didattica permettono un proficuo scambio di conoscenze e competenze all'interno del corso di laurea e l'acquisizione di soft skills particolarmente apprezzate dal mercato del lavoro. Con tale inserimento si vuole cercare di favorire in modo ancora più marcato un orientamento rivolto all'esperienza e al saper fare, in modo da rendere più fluido il passaggio dalla teoria alla pratica con l'obiettivo di fornire alle studentesse e agli studenti competenze immediatamente applicabili.

In progressione cronologica, il percorso formativo si articola in due anni accademici. Durante il primo anno, si pongono le premesse affinché le studentesse e gli studenti siano in grado di comprendere gli impatti interni ed esterni che l'innovazione genera e che il marketing deve saper governare. Nel secondo anno, si completa la formazione specifica con insegnamenti maggiormente specializzanti, la stesura della tesi di laurea, lo svolgimento del tirocinio curricolare obbligatorio e delle microcredenziali/laboratori.

	Conoscenza e comprensione, e Capacità di applicare conoscenza e comprensione: Sintesi
---	--

Conoscenza e capacità di comprensione	<p>Il corso di Laurea Magistrale in Innovation and Marketing mira a fornire conoscenze avanzate e capacità di comprensione riferibili ai principali ambiti delle aree disciplinari caratterizzanti la laurea in classe aziendale LM-77.</p> <p>La laureata o il laureato in Innovation and Marketing sarà in grado di padroneggiare e saper utilizzare metodi e tecniche di gestione aziendale in contesti organizzativi complessi e di respiro internazionale. Avrà sviluppato competenze per interpretare efficacemente il cambiamento, interpretare e gestire le implicazioni dell'innovazione, monitorandone le performance e contribuire alla gestione delle relazioni con i mercati internazionali.</p> <p>In particolare, al termine del percorso la studentessa/lo studente sarà in grado di gestire e pianificare l'innovazione in un'ottica di marketing, in un processo user-centric, avendo acquisito:</p>	
--	--	--

- solide conoscenze economico-aziendali funzionali alla gestione interna, per la determinazione di nuove proposte per il mercato;
- solide conoscenze in ambito aziendale-gestionale, economico-giuridico e matematico-statistico funzionali alla gestione delle strategie aziendali, del marketing, dei processi decisionali e dell'organizzazione aziendale;
- solide conoscenze aziendali, economico-giuridiche e comunicative inerenti la gestione e la pianificazione delle attività progettuali di ricerca e sviluppo, e di gestione dei processi di innovazione.

Le conoscenze sono acquisite tramite attività didattiche curricolari di insegnamento arricchite da attività seminariali e testimonianze di esperti esterni; saranno previste inoltre visite aziendali sul territorio e momenti di contatto e scambio col mondo imprenditoriale. Infine, la studentessa/lo studente avrà modo di approfondire le proprie conoscenze tramite lo studio e la ricerca utili alla redazione di una tesi di laurea originale sotto la guida di un relatore esperto.

Le conoscenze e la capacità di comprensione (declinate nei singoli insegnamenti) vengono accertate dapprima attraverso le singole prove d'esame, collegate agli insegnamenti previsti nel piano di studio, e successivamente, nel loro complesso, attraverso la discussione della tesi di laurea redatta dall'allievo. Gli esami di profitto dei singoli insegnamenti sono a cura del docente titolare e possono essere basati su una prova scritta (composta da esercizi, domande aperte o test a risposta multipla) e/o su un esame in forma orale; possono anche essere integrati dalla redazione di approfondimenti, da homework o prove in itinere, dalla discussione di casi di studio o lavori di gruppo. Infine, la/il docente relatore di tesi di laurea, la correlatrice/il correlatore e la commissione di laurea, accertano le capacità di analisi, sviluppo e approfondimento dell'allieva/o e la qualità del lavoro di tesi nel suo complesso.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Attraverso le molteplici attività didattiche che caratterizzano il corso di studi, la studentessa/lo studente del corso di laurea in Innovation and Marketing avrà acquisito capacità di applicare conoscenza e comprensione nei seguenti ambiti:

- padroneggerà le problematiche legate alla gestione interna di aziende, le loro strategie competitive e la strumentazione tecnico-contabile necessaria allo sviluppo dell'innovazione in un'ottica di marketing;
- comprenderà la natura interdisciplinare e complessa dei processi creativi, la loro dimensione strategica per l'innovazione; sarà inoltre in grado di pianificare e gestire attività creative, di innovazione, di comunicazione e di marketing con particolare riguardo alla lettura originale dello scenario internazionale;
- sarà in grado di valutare, esaminare e risolvere problemi gestionali tipici delle imprese impegnate in mercati complessi e mutevoli.

Per quanto riguarda la capacità di applicare le conoscenze apprese nei corsi, le studentesse/gli studenti avranno la possibilità di partecipare ad attività didattiche esperienziali (di tipo non-frontale) basate su testimonianze di esperti, visite aziendali sul territorio, attività laboratoriali con il supporto di mentori e tutor provenienti dal mondo del lavoro. Il tirocinio curricolare obbligatorio e le microcredenziali/laboratori permetteranno di mettere in pratica le conoscenze e le competenze acquisite durante il percorso di studi tramite l'esperienza 'sul campo'. Infine, il lavoro individuale (seppur sotto la guida di un relatore) di ricerca di fonti, analisi delle stesse e la successiva redazione di un testo originale e articolato, aiutano la studentessa/lo studente a sviluppare la capacità di mettere in pratica le conoscenze acquisite durante il percorso di studi (ad esempio tramite lo sviluppo

di casi aziendali). Le capacità di applicare conoscenza vengono accertate tramite elaborazioni personali quali lo sviluppo di case study o la realizzazione di project work o lavori di gruppo. Inoltre, l'attività svolta durante il tirocinio curriculare obbligatorio viene valutata dal tutor aziendale e condivisa con la/il docente interno referente del progetto di tirocinio.

Area aziendale

Conoscenza e comprensione

In linea con le aree disciplinari caratterizzanti la laurea in classe aziendale LM-77, il laureato del corso di laurea in Innovation and Marketing acquisirà conoscenze e capacità di comprensione in area aziendale-gestionale tramite attività formative caratterizzanti e affini/integrative riferibili ai settori SECS-P/07, SECS-P/08 e SECS-P/10. In particolare sarà dotato di:

- capacità di analizzare differenti contesti macroeconomici complessi e in continua evoluzione;
- solide conoscenze inerenti alla gestione e alla pianificazione delle attività progettuali, di ricerca e sviluppo e di gestione dell'innovazione, con particolare attenzione alla dimensione internazionale delle stesse;
- conoscenze per effettuare analisi quantitative e qualitative specifiche di marketing;
- capacità di comprendere e spiegare i meccanismi di governo e gestione delle principali tipologie di aziende, con particolare riferimento ai processi strategici di marketing e di introduzione delle innovazioni sul mercato;
- solide conoscenze nel campo del marketing e degli altri strumenti a supporto delle decisioni (design thinking, contabilità analitica e budget) con particolare riferimento alle problematiche, alle criticità e alle opportunità presentate dai percorsi di apertura internazionale delle imprese;
- solide conoscenze delle tecniche di gestione dell'innovazione e del marketing, con riferimento a mercati nazionali e internazionali, a settori e ambienti diversi;
- solide conoscenze di tecniche per la comunicazione d'impresa nelle sue diverse forme: digital marketing, mezzi di comunicazione televisivi, pubblicità in ambiti reali e virtuali, relazioni pubbliche, con particolare attenzione alla necessità di presidiare flussi di comunicazione su scala globale;

Le conoscenze e la comprensione in ambito economico-aziendale vengono accertate dapprima attraverso le singole prove d'esame, collegate agli insegnamenti previsti nel piano di studi, e successivamente, nel loro complesso, attraverso la stesura e discussione della tesi di laurea. Gli esami di profitto dei singoli insegnamenti sono a cura del docente titolare e possono essere basati su una prova scritta (composta da esercizi, domande aperte, test a risposta multipla, report o paper legati ad attività di progetto) e/o su un esame in forma orale. La valutazione può anche essere integrata dalla redazione di ricerche di approfondimento o prove in itinere, dalla discussione di casi di studio o lavori di gruppo. Infine, il docente relatore di tesi di laurea, il correlatore e la commissione di laurea, accertano le capacità di analisi, sviluppo e approfondimento dell'allievo e la qualità del lavoro di tesi nel suo complesso.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

In linea con le aree disciplinari caratterizzanti la laurea in classe aziendale LM-77, il laureato del corso di laurea in Innovation and Marketing acquisirà conoscenze e capacità di comprensione in area aziendale-gestionale tramite attività formative caratterizzanti e affini/integrative riferibili ai settori SECS-P/07, SECS-P/08 e SECS-P/10. In particolare sarà dotato di:

- capacità di analizzare differenti contesti macroeconomici complessi e in continua evoluzione;
- solide conoscenze inerenti alla gestione e alla pianificazione delle attività progettuali, di ricerca e sviluppo e di gestione dell'innovazione, con particolare attenzione alla dimensione internazionale delle stesse;
- conoscenze per effettuare analisi quantitative e qualitative specifiche di marketing;
- capacità di comprendere e spiegare i meccanismi di governo e gestione delle principali tipologie di aziende, con particolare riferimento ai processi strategici di marketing e di introduzione delle innovazioni sul mercato;
- solide conoscenze nel campo del marketing e degli altri strumenti a supporto delle decisioni (design thinking, contabilità analitica e budget) con particolare riferimento alle problematiche, alle criticità e alle opportunità presentate dai percorsi di apertura internazionale delle imprese;
- solide conoscenze delle tecniche di gestione dell'innovazione e del marketing, con riferimento a mercati nazionali e internazionali, a settori e ambienti diversi;
- solide conoscenze di tecniche per la comunicazione d'impresa nelle sue diverse forme: digital marketing, mezzi di comunicazione televisivi, pubblicità in ambiti reali e virtuali, relazioni pubbliche, con particolare attenzione alla necessità di presidiare flussi di comunicazione su scala globale;

Le conoscenze e la comprensione in ambito economico-aziendale vengono accertate dapprima attraverso le singole prove d'esame, collegate agli insegnamenti previsti nel piano di studi, e successivamente, nel loro complesso, attraverso la stesura e discussione della tesi di laurea. Gli esami di profitto dei singoli insegnamenti sono a cura del docente titolare e possono essere basati su una prova scritta (composta da esercizi, domande aperte, test a risposta multipla, report o paper legati ad attività di progetto) e/o su un esame in forma orale. La valutazione può anche essere integrata dalla redazione di ricerche di approfondimento o prove in itinere, dalla discussione di casi di studio o lavori di gruppo. Infine, il docente relatore di tesi di laurea, il correlatore e la commissione di laurea, accertano le capacità di analisi, sviluppo e approfondimento dell'allievo e la qualità del lavoro di tesi nel suo complesso.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Attraverso lo studio individuale, la discussione in aula di casi aziendali, la visita di aziende del territorio e/o l'interazione con esperti esterni invitati all'interno dei singoli insegnamenti e/o a tenere testimonianze e seminari extra curriculari, lo svolgimento di esercitazioni, la partecipazione ai laboratori di didattica attiva, il learning by-doing (microcredenziali) e l'apprendimento nei contesti di lavoro (tirocinio curricolare obbligatorio), il laureato avrà acquisito le seguenti capacità di applicare le conoscenze apprese e sarà in grado di:

- padroneggiare le problematiche della rappresentazione contabile per supportare la gestione interna dell'attività delle aziende legate in particolare allo sbocco sul mercato;
- governare la predisposizione della strumentazione tecnico-contabile e degli altri strumenti informativi necessari a supportare l'attività decisionale;
- supportare i gestori operativi nell'utilizzazione dell'informazione sia legata al contesto economico, sia e soprattutto al comportamento del consumatore;
- saper proporre una lettura originale dello scenario competitivo;
- comprendere la natura interdisciplinare e complessa dei processi creativi e la loro dimensione strategica nelle organizzazioni orientate all'innovazione;
- pianificare e gestire le attività creative, innovative e di comunicazione delle imprese impegnate su scala internazionale, controllandone lo sviluppo secondo letture economico-aziendali;
- comprendere le peculiarità di tali processi creativi e di presidio dei mercati e valutarne il contributo secondo un approccio critico;
- capacità di governare le scelte di governance e di assumere decisioni in ambito operativo e commerciale nelle imprese moderne caratterizzate da forti spinte innovative;
- supportare le decisioni di innovazione e design, nonché la loro efficace comunicazione sui mercati nazionali e internazionali di imprese manifatturiere, commerciali e di servizi.

Per quanto riguarda la capacità di applicare le conoscenze apprese nei corsi, gli studenti hanno la possibilità di partecipare ad attività didattiche esperienziali (di tipo frontale e non) basate su testimonianze di esperti, visite aziendali sul territorio, attività laboratoriali con il supporto di mentori e tutor provenienti dal mondo del lavoro.

Il tirocinio curricolare obbligatorio e le microcredenziali/laboratori permetteranno di mettere in pratica le conoscenze e le competenze acquisite durante il percorso di studi tramite l'esperienza diretta con il mondo aziendale. Infine, il lavoro individuale (seppur sotto la guida di un relatore) di ricerca di fonti, analisi delle stesse e la successiva redazione di un testo originale e articolato, aiutano lo studente a sviluppare la capacità di mettere in pratica le conoscenze acquisite durante il percorso di studi (ad esempio tramite lo sviluppo e la discussione di casi aziendali). Le capacità di applicare conoscenza vengono accertate tramite elaborazioni personali quali lo sviluppo di case study o la realizzazione di

project work o lavori di gruppo. Inoltre, l'attività svolta durante il tirocinio curriculare obbligatorio viene valutata sia dal tutor aziendale e condivisa con il docente interno referente del progetto di tirocinio.

Le conoscenze e capacità sono conseguite e verificate nelle seguenti attività formative:

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

BUSINESS MODEL INNOVATION [url](#)

BUSINESS PLANNING AND STRATEGIC PERFORMANCE EVALUATION [url](#)

CHANGE MANAGEMENT FOR SUSTAINABILITY [url](#)

CONSUMER BEHAVIOUR AND BRAND MANAGEMENT-1 (*modulo di CONSUMER BEHAVIOUR AND BRAND MANAGEMENT*) [url](#)

CONSUMER BEHAVIOUR AND BRAND MANAGEMENT-2 (*modulo di CONSUMER BEHAVIOUR AND BRAND MANAGEMENT*) [url](#)

DESIGN THINKING AND INNOVATION MANAGEMENT-1 (*modulo di DESIGN THINKING AND INNOVATION MANAGEMENT*) [url](#)

DESIGN THINKING AND INNOVATION MANAGEMENT-2 (*modulo di DESIGN THINKING AND INNOVATION MANAGEMENT*) [url](#)

GLOBAL SOURCING AND DIGITAL HUMAN CLOUD [url](#)

INDIVIDUAL AND GROUP BEHAVIOURS FOR INNOVATION [url](#)

INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION - PHISICAL AND DIGITAL TOUCHPOINTS-1 (*modulo di INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION - PHISICAL AND DIGITAL TOUCHPOINTS*) [url](#)

INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION - PHISICAL AND DIGITAL TOUCHPOINTS-2 (*modulo di INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION - PHISICAL AND DIGITAL TOUCHPOINTS*) [url](#)

RESEARCH METHODS IN INNOVATION AND MARKETING [url](#)

Area economico-giuridica

Conoscenza e comprensione

In linea con le aree disciplinari caratterizzanti la laurea in classe aziendale LM-77, il laureato del corso di laurea in Innovation and Marketing acquisirà conoscenze e capacità di comprensione in area economico-giuridica tramite gli insegnamenti riferibili ai settori SECS-P/06, SECS-P/12, IUS/07;

In particolare:

- conoscenze giuridiche nell'ambito della normativa legata alla realtà aziendale nel suo complesso e con particolare riferimento all'organizzazione interna;
- conoscenze economico-giuridiche utili alla comprensione del funzionamento delle aziende private e pubbliche che si confrontano con nuovi processi e nuove tecnologie;
- conoscenze in ambito storico-economico e sociologico che completano un profilo di competenze variegato in grado di gestire la multidisciplinarietà dei processi innovativi.
- conoscenze relative alla regolamentazione del lavoro nei contesti di cambiamento, dove le tecnologie rivestono un ruolo rilevante nel contesto aziendale;
- conoscenze relative alla regolazione internazionale che riguarda i rapporti di lavoro e le relazioni sindacali;

Le conoscenze e la comprensione in ambito economico-giuridico vengono accertate dapprima attraverso le singole prove d'esame, collegate agli insegnamenti previsti nel piano di studi, e successivamente, nel loro complesso, attraverso la stesura e discussione della tesi di laurea. Gli esami di profitto dei singoli insegnamenti sono a cura del docente titolare e possono essere basati su una prova scritta (composta da esercizi, domande aperte, test a risposta multipla, report o paper legati ad attività di progetto) e/o su un esame in forma orale. La valutazione può anche essere integrata dalla redazione di ricerche di approfondimento o prove in itinere, dalla discussione di casi di studio o lavori di gruppo. Infine, il docente relatore di tesi di laurea, il correlatore e la commissione di laurea, accertano le capacità di analisi, sviluppo e approfondimento dell'allievo e la qualità del lavoro di tesi nel suo complesso.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Attraverso lo studio individuale, la lettura dei materiali suggeriti dai docenti, la discussione di casi aziendali, la visita di aziende del territorio, l'interazione con esperti esterni, lo svolgimento di esercitazioni, la partecipazione ai laboratori di didattica attiva, il learning by-doing e l'apprendimento nei contesti di lavoro (tirocinio curricolare obbligatorio), il laureato avrà acquisito le seguenti capacità di applicare le conoscenze apprese:

- saper valutare le principali implicazioni giuridiche delle decisioni e dei comportamenti aziendali con particolare riferimento all'impatto delle tecnologie;
- saper interpretare in maniera consapevole il ruolo delle aziende private e pubbliche nel contesto socio-economico internazionale, quali attori che si confrontano con interlocutori internazionali e dinamiche globali;
- saper gestire la multidisciplinarietà dei processi innovativi grazie anche a una lettura in chiave storico-economica e sociologica;
- progettare, valutare e implementare strategie innovative, efficaci ed efficienti di organizzazione del personale alla luce del quadro normativo di riferimento.

Le capacità di applicare conoscenza in ambito economico-giuridico vengono accertate in modo particolare tramite elaborazioni personali quali lo sviluppo di case study o la realizzazione di project work o lavori di gruppo. Inoltre, l'attività svolta durante il tirocinio curricolare obbligatorio viene valutata dal tutor aziendale e condivisa con il docente interno referente del progetto di tirocinio

Le conoscenze e capacità sono conseguite e verificate nelle seguenti attività formative:

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

HISTORY OF INNOVATION [url](#)

MARKET DYNAMICS AND INDUSTRY EVOLUTION [url](#)

NEW TECHNOLOGIES AND LABOUR RIGHTS [url](#)

Area matematico-statistica

Conoscenza e comprensione

In linea con le aree disciplinari caratterizzanti la laurea in classe aziendale LM-77, il laureato del corso di laurea in Innovation and Marketing acquisirà conoscenze e capacità di comprensione in area matematico-statistica tramite attività formative caratterizzanti e affini/integrative riferibili ai settori SECS-S/03, INF01.

In particolare:

- apprendimento degli strumenti analitici e concettuali necessari per esaminare e risolvere problemi gestionali tipici delle imprese impegnate in percorsi di innovazione;
- conoscenza delle tecniche di supporto al management nelle decisioni aziendali, utili in particolare a fornire un'adeguata analisi e interpretazione dei fatti aziendali;
- conoscenza dei principali strumenti di formalizzazione analitica delle decisioni e delle tecniche statistiche per l'analisi dei dati utili per la valutazione dei risultati aziendali e la previsione degli scenari futuri.
- conoscenza legata alle principali tecniche statistiche di elaborazione di dati e loro rappresentazione

Le conoscenze e la comprensione in ambito matematico-statistico vengono accertate dapprima attraverso le singole prove d'esame, collegate agli insegnamenti previsti nel piano di studi, e successivamente, nel loro complesso, attraverso la discussione della tesi di laurea redatta dall'allievo. Gli esami di profitto dei singoli insegnamenti sono a cura del docente titolare e possono essere basati su una prova scritta (composta da esercizi, domande aperte o test a risposta multipla) e/o su un esame in forma orale; possono anche essere integrati dalla redazione di approfondimenti o prove in itinere, dalla discussione di casi di studio o lavori di gruppo. Infine, il docente relatore di tesi di laurea, il correlatore e la commissione di laurea, accertano le capacità di analisi, sviluppo e approfondimento dell'allievo e la

qualità del lavoro di tesi nel suo complesso.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Attraverso lo studio individuale, la lettura dei materiali suggeriti dai docenti, la discussione di casi aziendali, la visita di aziende del territorio, l'interazione con esperti esterni, lo svolgimento di esercitazioni, la partecipazione ai laboratori di didattica attiva, il learning by-doing e l'apprendimento nei contesti di lavoro (tirocinio curricolare obbligatorio), il laureato avrà acquisito le seguenti capacità di applicare le conoscenze apprese:

- saper utilizzare strumenti analitici e concettuali e le principali tecniche a supporto delle decisioni aziendali necessari per esaminare e risolvere problemi gestionali;
- saper interpretare i dati e i risultati forniti dall'utilizzo di tecniche matematico-statistiche;
- saper fornire un'adeguata analisi e interpretazione economico-finanziaria dei fatti aziendali anche tramite l'utilizzo di software.
- saper rappresentare le analisi dei dati in modo fruibile e comprensibili per pubblici diversi;

Le capacità di applicare conoscenza in ambito matematico-statistico vengono accertate in modo particolare tramite elaborazioni personali quali lo sviluppo di project work o lavori di gruppo. Inoltre, l'attività svolta durante il tirocinio curricolare obbligatorio viene valutata sia dal tutor aziendale che dal docente interno referente del progetto di tirocinio.

Le conoscenze e capacità sono conseguite e verificate nelle seguenti attività formative:

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

DATA ANALYSIS AND DATA VISUALIZATION [url](#)

DATA SCIENCE AND BUSINESS INTELLIGENCE [url](#)



QUADRO A4.c

Autonomia di giudizio
Abilità comunicative
Capacità di apprendimento

Autonomia di giudizio

Per quanto concerne l'autonomia di giudizio, la laureata/il laureato avrà acquisito competenze sufficienti per:

- saper integrare le informazioni provenienti da diverse fonti interne ed esterne all'azienda e comprendere i punti di vista dei soggetti che contribuiscono alle premesse e alla presa delle decisioni aziendali;
- saper formulare giustificazioni razionali a supporto dei propri giudizi, comprendendone i relativi punti di forza e i limiti;
- saper comprendere le responsabilità sociali che derivano dalle decisioni aziendali con particolare riferimento alle implicazioni etiche del comportamento operativo delle imprese;
- saper valutare l'efficacia e l'efficienza delle decisioni di marketing e di comunicazione, considerandone anche le implicazioni etiche e precisando le responsabilità nei confronti dei clienti e del contesto socio-economico;
- saper guidare e motivare team di lavoro incaricati di progettare azioni di miglioramento dei processi aziendali con particolare attenzione alle problematiche legate alla gestione dell'innovazione.

Le abilità collegate all'autonomia di giudizio vengono acquisite nel corso

dell'intero percorso di studi tramite le attività di approfondimento, le letture consigliate dai docenti, l'analisi della letteratura e dei casi aziendali proposti nei singoli insegnamenti, tramite le attività di laboratorio/microcredenziali, tramite le attività extracurricolari (seminari, testimonianze, ecc.); tramite i momenti di confronto durante le attività di lavoro in gruppi (project work, laboratori attivi); tramite il tirocinio curricolare. L'autonomia di giudizio verrà verificata attraverso prove di esami e stesura di report legati ai project work.

Abilità comunicative

Per quanto concerne le abilità comunicative la laureata/il laureato avrà sviluppato competenze personali che gli permetteranno di saper comunicare con chiarezza sia in forma scritta che orale i risultati e delle proprie analisi e i presupposti su cui si basano, scegliendo modalità comunicative coerenti con il livello di conoscenza degli interlocutori. Le abilità comunicative vengono acquisite soprattutto mediante l'esperienza maturata nell'esposizione di fronte a un pubblico (formato a seconda dei casi da studentesse e studenti, docenti e/o esperte/i esterne/i) dei progetti legati a lavori di gruppo, project work individuali, laboratori didattici. Le abilità comunicative vengono verificate soprattutto durante la presentazione e discussione dei risultati (ma anche durante tutta la fase di preparazione) dei lavori di gruppo utilizzati quale strumento fondamentale di formazione "sul campo", a integrazione e supporto del lavoro d'aula; durante i momenti di discussione per la preparazione di project work; durante il periodo di tirocinio al cui termine la/il tutor aziendale stende un giudizio sul lavoro della studentessa o dello studente; durante la difesa davanti alla commissione di laurea del proprio lavoro di tesi magistrale.

Capacità di apprendimento

Per quanto concerne la capacità di apprendimento la laureata/il laureato avrà sviluppato competenze personali nonché un'attitudine mentale che le/gli permetteranno di affrontare in autonomia attività di studio e di ricerca grazie all'utilizzo di diverse fonti di conoscenza (come banche dati citazionali, database di ricerche, convegni, seminari, ecc.) che le/gli consentiranno di aggiornare le proprie conoscenze sulle tematiche di gestione aziendale di proprio interesse. La capacità di apprendimento viene acquisita nel corso dell'intero percorso tramite: la partecipazione individuale o di gruppo a lavori di approfondimento collegati ad attività curricolari ed extracurricolari; la ricerca e lo studio collegati alla redazione della tesi di laurea magistrale.

La capacità di apprendimento viene valutata principalmente attraverso:

- 1) presentazioni dei risultati di lavori individuali o di gruppo;
- 2) la prova finale.

Nei lavori individuali e di gruppo, e nella prova finale verranno proposti alle studentesse e agli studenti problemi nuovi, non affrontati a lezione, che essi dovranno risolvere in autonomia. Essi dovranno quindi dimostrare di sapere inquadrare le tematiche, apprendere dalla letteratura scientifica e tecnica le modalità con cui questi problemi sono affrontati e proporre infine un proprio approccio risolutivo originale. A tal scopo, dovranno dimostrare di avere la capacità di reperire e interpretare sia la letteratura che i dati disponibili. Dovranno infine dimostrare di saper elaborare e interpretare criticamente dati e

concetti, in modo da poterli trasformare in informazioni e quindi in conoscenze applicabili all'interno di un'azienda.

Durante le presentazioni e, a maggior ragione, durante la prova finale, verranno valutate le capacità di apprendimento sopra descritte assieme alle capacità critiche e agli elementi di originalità espressi dalle studentesse/dagli studenti che da esse derivano.

Durante gli insegnamenti, le studentesse/gli studenti avranno inoltre la possibilità di partecipare a momenti di auto-valutazione delle proprie capacità di apprendimento, ad esempio, rispondendo a test la cui risoluzione richieda lo studio di nuovi concetti e l'acquisizione di dati e informazioni.



QUADRO A4.d

Descrizione sintetica delle attività affini e integrative

13/01/2023

Le attività affini e integrative offrono la possibilità di arricchire il progetto formativo consentendo alla studentessa/allo studente di acquisire conoscenze e competenze utili in ambito manageriale. Permettono inoltre di approfondire gli strumenti metodologici e tecnico-gestionali e rafforzare le competenze di analisi delle imprese, con particolare riferimento a tematiche interdisciplinari tipiche del rapporto tra marketing e innovazione. Attraverso insegnamenti anche in area quantitativa si rafforza la formazione dal punto di vista della raccolta e analisi dei dati utili per l'analisi del contesto e la presa di decisioni.

Sono inoltre offerti insegnamenti di ambito economico-aziendale, di scienze agrarie e in ambito filosofico.



QUADRO A5.a

Caratteristiche della prova finale

13/01/2023

La prova finale consiste nella redazione e discussione di una tesi scritta con contenuti originali, sviluppata dalla studentessa/dallo studente sotto la guida di un relatore, relativamente a:

- attività di ricerca connesse allo studio empirico di uno o più casi aziendali;
- attività di ricerca connesse allo svolgimento di uno stage di perfezionamento svolto presso aziende o altre istituzioni economiche, imprese industriali, di servizi, società di consulenza, agenzie pubblicitarie, uffici di comunicazione di aziende private e pubbliche;
- attività di ricerca su tematiche teoriche di rilevante interesse sulla base di materiale bibliografico.



QUADRO A5.b

Modalità di svolgimento della prova finale

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 discussione della tesi si svolge 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.

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.
www.unive.it (Percorso: Servizi>Carriera studenti e laurea>Prova finale).

Il Dipartimento di 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/management> (Percorso: Corsi>Assegnazione relatore e tesi di laurea)

Inoltre è stata redatta una 'Guida alla Tesi' (in lingua italiana e in lingua inglese) per fornire ulteriori informazioni utili alla redazione della tesi agli studenti pubblicata nella pagina web
<http://www.unive.it/management> (Percorso: Corsi>Assegnazione relatore e tesi di laurea>Documenti allegati>Guida tesi)

Link: <http://www.unive.it/em17> (Percorso: Laurearsi)

Pdf inserito: [visualizza](#)



▶ QUADRO B1

Descrizione del percorso di formazione (Regolamento Didattico del Corso)

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Laurea magistrale Innovation and Marketing

Link: <https://www.unive.it/cdl/em17>

▶ QUADRO B2.a

Calendario del Corso di Studio e orario delle attività formative

<http://www.unive.it/em17>

▶ QUADRO B2.b

Calendario degli esami di profitto

<http://www.unive.it/em17>

▶ QUADRO B2.c

Calendario sessioni della Prova finale

<http://www.unive.it/laurea>




▶ QUADRO B3

Docenti titolari di insegnamento

Sono garantiti i collegamenti informatici alle pagine del portale di ateneo dedicate a queste informazioni.

N.	Settori	Anno di corso	Insegnamento	Cognome Nome	Ruolo	Crediti	Ore	Docente di riferimento per corso
1.	SECS-P/07	Anno di	BUSINESS PLANNING AND STRATEGIC PERFORMANCE EVALUATION link	PANFILO SILVIA	RD	6	30	

		corso 1						
2.	SECS- P/08	Anno di corso 1	CHANGE MANAGEMENT FOR SUSTAINABILITY link	STOCCHETTI ANDREA	PA	6	30	
3.	SECS- P/08	Anno di corso 1	CONSUMER BEHAVIOUR AND BRAND MANAGEMENT link			12		
4.	SECS- P/08	Anno di corso 1	CONSUMER BEHAVIOUR AND BRAND MANAGEMENT-1 (<i>modulo di CONSUMER BEHAVIOUR AND BRAND MANAGEMENT</i>) link	LANZINI PIETRO	PA	6	30	
5.	SECS- P/08	Anno di corso 1	CONSUMER BEHAVIOUR AND BRAND MANAGEMENT-2 (<i>modulo di CONSUMER BEHAVIOUR AND BRAND MANAGEMENT</i>) link	VESCOVI TIZIANO	PO	6	30	
6.	INF/01	Anno di corso 1	DATA SCIENCE AND BUSINESS INTELLIGENCE link	MINELLO GIORGIA	RD	6	30	
7.	SECS- P/08	Anno di corso 1	DESIGN THINKING AND INNOVATION MANAGEMENT link			12		
8.	SECS- P/08	Anno di corso 1	DESIGN THINKING AND INNOVATION MANAGEMENT-1 (<i>modulo di DESIGN THINKING AND INNOVATION MANAGEMENT</i>) link	CALCAGNO MONICA	PA	6	30	
9.	SECS- P/08	Anno di corso 1	DESIGN THINKING AND INNOVATION MANAGEMENT-2 (<i>modulo di DESIGN THINKING AND INNOVATION MANAGEMENT</i>) link	CALCAGNO MONICA	PA	6	30	
10.	SECS- P/12	Anno di corso 1	HISTORY OF INNOVATION link	FAVA VALENTINA	PA	6	30	
11.	SECS- P/06	Anno di corso 1	MARKET DYNAMICS AND INDUSTRY EVOLUTION link			6	30	
12.	IUS/07	Anno	NEW TECHNOLOGIES AND	FALSONE	PA	6	30	

		di corso 1	LABOUR RIGHTS link	MAURIZIO				
13.	M- FIL/05	Anno di corso 1	PRAGMATICS AND PHILOSOPHY OF LANGUAGE link	FAVARETTI CAMPOSAMPIERO MATTEO	PA	6	30	
14.	SECS- P/08	Anno di corso 1	RESEARCH METHODS IN INNOVATION AND MARKETING link	KHAN OWAIS UR REHMAN	RD	6	30	
15.	SECS- S/06	Anno di corso 2	DATA ANALYSIS AND DATA VISUALIZATION link	PITTAVINO MARTA	RD	6	30	
16.	AGR/01	Anno di corso 2	FOOD BUSINESS MANAGEMENT AND MARKETING link	MAURACHER CHRISTINE	PO	6	30	
17.	SECS- P/07	Anno di corso 2	GLOBAL SOURCING AND DIGITAL HUMAN CLOUD link	VAIA GIOVANNI	RU	6	30	
18.	SECS- P/10	Anno di corso 2	INDIVIDUAL AND GROUP BEHAVIOURS FOR INNOVATION link			6	30	
19.	SECS- P/08	Anno di corso 2	INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION - PHYSICAL AND DIGITAL TOUCHPOINTS link			12		
20.	SECS- P/08	Anno di corso 2	INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION - PHYSICAL AND DIGITAL TOUCHPOINTS-1 (<i>modulo di INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION - PHYSICAL AND DIGITAL TOUCHPOINTS</i>) link	CHECCHINATO FRANCESCA	PA	6	30	
21.	SECS- P/08	Anno di corso 2	INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION - PHYSICAL AND DIGITAL TOUCHPOINTS-2 (<i>modulo di INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION - PHYSICAL AND DIGITAL TOUCHPOINTS</i>) link	CHECCHINATO FRANCESCA	PA	6	30	

▶ QUADRO B4 | Aule

Link inserito: <https://www.unive.it/data/10152/>

▶ QUADRO B4 | Laboratori e Aule Informatiche

Link inserito: <https://www.unive.it/data/10152/>

▶ QUADRO B4 | Sale Studio

Link inserito: <http://www.unive.it/bec>

Descrizione altro link: Percorso: Corsi>fine pagina Spazi studio a san giobbe

Altro link inserito: <http://www.unive.it/management>

▶ QUADRO B4 | Biblioteche

Link inserito: <http://www.unive.it/bec>

▶ QUADRO B5 | Orientamento in ingresso

Il Settore Orientamento e Tutorato dell'Università Ca' Foscari Venezia, attraverso colloqui individuali e di gruppo nonché ^{16/04/2024} mediante l'organizzazione di eventi e iniziative quali ad esempio l'Open Day di Ateneo e la partecipazione a manifestazioni e fiere dedicate all'orientamento, assolve in maniera completa ad un'azione informativa a sostegno delle scelte che si compiono lungo l'intero processo di formazione, consentendo ai futuri studenti e alle future studentesse di acquisire quelle informazioni ad ampio spettro, imprescindibili per decodificare le esperienze formative ed esercitare la propria scelta con consapevolezza. Tutte le attività di orientamento in ingresso scaturiscono dalla piena collaborazione tra gli orientatori e docenti dell'Ateneo. L'utilizzo di supporti multimediali e social network valorizza inoltre le diverse proposte di attività di orientamento, rendendole accessibili ad un più vasto pubblico costituito da studenti/studentesse, docenti e famiglie. Per accompagnare gli studenti e le studentesse nella scelta, il Settore Orientamento e Tutorato organizza durante tutto l'anno eventi di presentazione dell'Università Ca' Foscari, iniziative di conoscenza della città di Venezia e momenti di incontro e confronto con professionisti.

Il Settore Orientamento e Tutorato offre inoltre ai futuri studenti e studentesse, molteplici iniziative sia in presenza che online volte allo sviluppo delle loro competenze trasversali, comunicative, meta cognitive, meta emozionali e life skills.

In particolare il Settore Orientamento e Tutorato di Ateneo offre le seguenti attività anche in modalità online:

1. Colloqui individuali di orientamento: gli operatori dell'Orientamento e i Tutor di Ateneo, sono a disposizione per illustrare l'offerta formativa (corsi di laurea triennale e magistrale), le modalità di accesso e i servizi per gli studenti dell'Università Ca' Foscari.
2. Colloqui di orientamento formativo servizio "Fai la Scelta Giusta": Lo sportello "Fai la scelta giusta" è rivolto a coloro che hanno in progetto un percorso universitario e vogliono acquisire chiarezza rispetto alla scelta da compiere attraverso una serie di spunti di riflessione e di confronto, guidati da un'esperta psicologa.
3. Open Day. manifestazione annuale organizzata in Ateneo che assicura agli studenti e alle studentesse l'opportunità di acquisire informazioni sui corsi di laurea e laurea magistrale e sulle opportunità occupazionali.
4. Fiere e manifestazioni: appuntamenti che si svolgono durante il corso dell'anno e che assicurano agli studenti e alle studentesse provenienti da diverse regioni, di incontrare presso lo stand, reale o virtuale, gli operatori dell'Orientamento e i Tutor di Ateneo per approfondire la conoscenza dell'Università Ca' Foscari Venezia.
5. Attività di informazione attraverso i canali social: azioni informative e divulgative attraverso dirette e Q&A sui canali social del Settore.

Contatti:

Settore Orientamento e Tutorato

Ufficio Orientamento, Tutorato e Servizi di Campus

Università Ca' Foscari Venezia, Dorsoduro 3246, Venezia

Delegato della Rettrice all' Orientamento e Tutorato: Prof. Andrea Marin

www.unive.it/orientamento

E-mail: orienta@unive.it

www.facebook.com/cafoscariorienta

www.instagram.com/cafoscariorienta

Tel: +39 041 234 7575 / 7516/ 7936/ 7540

Fax 041 234 7946

Dipartimento di Management - Venice School of Management

A livello di CdS e dipartimentale, l'attività di orientamento per le studentesse e gli studenti in entrata è gestita in forma coordinata con gli uffici centrali dell'ateneo e con il Servizio di Orientamento dell'Ateneo da una/un docente delegata/o dal Consiglio di Dipartimento. La Delegata/Il Delegato all'Orientamento del Dipartimento organizza e coordina tutte le attività che in vari momenti distribuiti durante l'intero anno accademico sono dedicate all'orientamento. In particolare, sono previste attività di orientamento dedicate alle/ai laureate/i di livello triennale e/o magistrale per la presentazione dell'offerta formativa magistrale e post lauream. Tutte queste attività vengono presentate al consiglio di dipartimento e sono periodicamente condivise con la/il Delegata/o di Ateneo, i Delegati d'area didattica e il Settore Orientamento e Tutorato d'Ateneo (www.unive.it/orientamento).

La Delegata/Il Delegato all'Orientamento, assieme ai Coordinatori e Coordinatrici del CdS e alla Segreteria Didattica di dipartimento, si occupa di declinare nell'ambito dei corsi proposti dal Dipartimento di Management le varie attività di orientamento proposte a livello di ateneo e organizza coordinandosi con le altre strutture coinvolte le attività stesse. A titolo di esempio, le principali attività organizzate sono: le giornate dedicate alla presentazione dei corsi di Laurea Magistrale, Master e Dottorati (Post-Graduate Open Day); la predisposizione di materiale informativo; l'organizzazione di attività di accoglienza delle/degli studentesse/studenti in visita al Campus economico.

Per avvicinare in maniera più diretta, il Dipartimento coinvolge nell'attività di orientamento anche i propri studenti che fungono da 'testimonial' dei diversi corsi di laurea magistrale. Essi possono anche far percepire ai potenziali futuri studenti l'importanza delle varie iniziative extra curriculari proposte dal dipartimento (ad esempio, le competizioni studentesche e l'attività delle Associazioni studentesche).

Oltre alle attività coordinate dal delegato all'Orientamento, la/il Coordinatrice/Coordinatore del CdS, il delegato/la delegata alla didattica del Dipartimento e la/il referente del settore didattico del Dipartimento di Management sono disponibili ad incontrare le studentesse e gli studenti su appuntamento, per dare maggiori informazioni sulla struttura del CdS, sulle scadenze per la partecipazione ai bandi, sugli sbocchi professionali, sulle attività curriculari e extracurriculari proposte e per rispondere agli eventuali quesiti posti dagli interessati.

Descrizione link: Orientamento

Link inserito: <http://www.unive.it/orientamento>



QUADRO B5

Orientamento e tutorato in itinere

Secondo quanto previsto dal Regolamento di Ateneo, l'Università Ca' Foscari Venezia assicura un servizio di Tutorato finalizzato a guidare e assistere i propri studenti/studentesse nell'arco dell'intero percorso formativo rispondendo alle esigenze di orientamento, informazione e assistenza e di attiva partecipazione alle iniziative universitarie. Il servizio si pone l'obiettivo di migliorare le condizioni e la qualità dell'apprendimento anche al fine di ridurre i tassi di abbandono, la durata media degli studi e il numero dei fuori corso. A tal fine sono state individuate diverse forme di tutorato: 16/04/2024

a) Tutorato Didattico: inteso come assistenza didattica assicurata dai/dalle docenti al fine di migliorare il livello dell'apprendimento;

b) Tutorato alla pari di Ateneo: inteso come servizio svolto da studenti/studentesse selezionati e formati per ricoprire il ruolo di tutor nei seguenti ambiti:

- Tutorato Informativo di Ateneo: servizio informativo che fornisce assistenza in particolar modo alle nuove matricole in merito a tutti gli aspetti amministrativi (piani di studio, esami...). Tale servizio è fornito anche a studenti/studentesse internazionali e part-time;
- Tutorato Specialistico e Didattico: servizio di supporto didattico consistente in attività didattico integrative propedeutiche e di recupero (corsi, esercitazioni, seminari, laboratori) anche a sostegno di aree disciplinari nelle quali si registrano carenze formative di base da parte degli studenti/studentesse. Tale tutorato viene svolto da studenti e studentesse iscritti ai corsi di dottorato e ai corsi di laurea magistrale.

L'Ateneo offre inoltre un Servizio di counseling "Spazio Ascolto" per gli studenti e le studentesse di Ca' Foscari che stanno vivendo un momento di difficoltà.

Il Settore Orientamento e Tutorato offre inoltre supporto attraverso attività seminariali e workshop di gruppo e attraverso materiali online per migliorare il metodo di studio ed elaborare la tesi finale.

Per informazioni consultare la pagina web: www.unive.it/tutorato

Contatti

Settore Orientamento e Tutorato

Ufficio Orientamento, Tutorato e Servizi di Campus

Università Ca' Foscari Venezia, Dorsoduro 3246, Venezia

Delegato della Rettrice all' Orientamento e Tutorato: Prof. Andrea Marin

Tel. 041 234 7575/7503

Fax 041 234 7946

Email tutorato@unive.it

È inoltre anche presente un servizio di tutorato alla pari che svolge un'attività di supporto agli studenti e alle studentesse con disabilità e DSA, contribuendo ad eliminare o ridurre gli ostacoli che questi ultimi possono incontrare nella realizzazione del percorso formativo prescelto. Le attività mirano a favorire l'autonomia degli studenti e l'inclusione nella vita universitaria.

Per conoscere i servizi offerti dal Settore Inclusione di Ateneo è possibile consultare la pagina dedicata www.unive.it/inclusione.

Contatti Inclusione

Dipartimento di Management - Venice School of Management

Il Dipartimento, tramite l'attività delle coordinatrici/dei coordinatori e dei colleghi didattici dei singoli CdS, promuove e organizza le attività di tutorato specialistico didattico e Teaching assistant per i cosiddetti insegnamenti particolarmente impegnativi (ovvero gli insegnamenti che secondo i dati forniti dall'Ufficio Controllo di Gestione - Settore Valutazione presentano delle criticità riguardo al superamento degli esami di profitto da parte delle studentesse e degli studenti iscritti). Il tutorato specialistico consiste in attività didattico integrative propedeutiche all'insegnamento. Le relative informazioni (tutor, recapiti, orari di ricevimento, ecc.) sono disponibili al link <http://www.unive.it/management> (Percorso: Corsi>Tutorato specialistico)

Descrizione link: Tutorato

Link inserito: <http://www.unive.it/tutorato>



QUADRO B5

Assistenza per lo svolgimento di periodi di formazione all'esterno (tirocini e stage)

I Settori Tirocini Italia e Tirocini Estero si occupano della promozione e dell'avvio dei tirocini in Italia e all'estero, anche in collaborazione con i Servizi di Campus di Ateneo, per tutti gli studenti, neo-laureati e neo-dottori di ricerca entro i 12 mesi dal conseguimento del titolo, per tutte le aree disciplinari che caratterizzano l'Ateneo. I Settori pubblicano le offerte di stage da parte delle aziende nelle bacheche dedicate, all'interno dell'Area Riservata del sito web di ateneo, per opportunità in Italia e all'estero. Gli studenti e i neolaureati possono inoltre individuare autonomamente un ente ospitante in cui svolgere lo stage, consultando l'elenco delle aziende convenzionate con l'Ateneo in base alla zona geografica, o proponendo personalmente delle realtà in cui vivere questa esperienza di formazione on the job.

Attualmente i Settori collaborano con oltre 15.400 aziende in Italia e nel mondo e pubblicano annualmente circa 3.200 offerte di stage in Italia e all'estero per studenti e neo-laureati.

L'offerta di placement è molto varia ed in linea con i corsi di studio, per garantire un dialogo diretto con il mercato del lavoro ed offrire placement in svariate aree professionali. Da recenti dati statistici, emerge che circa il 45% dei training si svolge in ambito economico e manageriale (in particolare aziende multinazionali, piccole-medie imprese, Camere di Commercio), il 25% in ambito linguistico (scuole di lingua e istituti comprensivi, agenzie di viaggio e tour operator, aziende, sedi diplomatiche), il 20% in ambito umanistico (musei, gallerie d'arte, ONG, amministrazioni pubbliche), il 10% in ambito scientifico-informatico (start-up, centri di ricerca, laboratori, aziende).

I Settori si occupano inoltre della promozione di tirocini legati a progetti realizzati in collaborazione con Enti, Istituzioni e Associazioni di categoria regionali, nazionali ed internazionali per potenziare l'integrazione tra Università e mondo del lavoro.

I progetti di tirocinio in ambito internazionale sono una delle eccellenze di Ca' Foscari: negli anni, infatti, sono state sviluppate importanti relazioni in tutto il mondo non solo con aziende, ma anche con ambasciate ed enti diplomatici, centri culturali, ONG e Camere di Commercio che ci consentono di promuovere gli stage all'estero sia nell'ambito di specifici programmi mobilità (Erasmus+ per tirocini in Europa e MAECI - MUR - Fondazione CRUI) sia con progetti propri dell'Ateneo che, a seconda dei casi, possono prevedere un sostegno di tipo economico per favorire il maggior numero possibile di studenti e laureati che vogliono cogliere questa opportunità.

A seguito della situazione causata dalla pandemia, è cambiato il mondo del lavoro internazionale, per cui l'Ateneo ha risposto riprogettando i programmi di tirocinio, in accordo con gli enti ospitanti. I tirocini continuano ad essere possibili con modalità da remoto, blended e in presenza in diversi ambiti lavorativi. In particolare questi i progetti più importanti lanciati

16/04/2024

da Ca' Foscari:

- Erasmus+ per tirocinio: forte della propria expertise progettuale pluriennale, Ca' Foscari partecipa al programma comunitario attraverso due progetti di mobilità. I tirocinanti (studenti e neolaureati) hanno la possibilità di svolgere uno stage retribuito in presenza (è consentita anche la modalità mista/blended ma la parte da remoto non è finanziata) presso varie tipologie di enti in Unione Europea, migliorando il proprio profilo professionale e le conoscenze linguistiche.
- Programma di tirocinio MAECI - MUR – Fondazione CRUI: il programma nasce dalla collaborazione tra il Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, il Ministero dell'Università e Ricerca e la Fondazione CRUI e mira ad integrare il percorso formativo universitario dello studente magistrale attraverso una conoscenza diretta e concreta delle attività istituzionali svolte dal MAECI presso le Sedi all'estero.
- Programma di tirocinio MAECI - SCUOLE: il programma nasce dalla collaborazione tra il Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, il Ministero dell'Università e Ricerca e la Fondazione CRUI per offrire tirocini curriculari presso le Scuole italiane all'estero, nelle città di Atene, Barcellona, Istanbul, Madrid, Parigi e Zurigo. Le attività prevedono il supporto alla didattica, ricerche, studi, analisi ed elaborazione di dati, affiancamento al personale ed organizzazione di eventi.
- Programma Colgate: il progetto consente di svolgere un tirocinio per attività di supporto all'insegnamento della lingua e della cultura italiana presso Colgate University (Stato di New York), della durata di un anno accademico.
- Programma Co.AS.IT.: il progetto consente di svolgere un tirocinio post-laurea per attività di supporto all'insegnamento della lingua e della cultura italiana presso le scuole elementari e medie negli Stati di Victoria e New South Wales in Australia.
- Progetto Worldwide Internships: il progetto offre la possibilità di svolgere un tirocinio retribuito (in presenza) agli studenti iscritti ai corsi di laurea e laurea magistrale per sviluppare specifiche competenze professionali e trasversali, mettendo in pratica quanto appreso durante gli studi universitari. Le mansioni possono svolgersi presso varie tipologie di enti, collocati al di fuori dell'Unione Europea, al fine di costruire un proprio progetto professionale che rappresenti un primo ingresso nel modo del lavoro internazionale.
- Progetto Global Internships Programme: il progetto offre la possibilità di svolgere un tirocinio retribuito (in presenza) ai neolaureati dei corsi di laurea e laurea magistrale per sviluppare specifiche competenze professionali e trasversali, entrando nel mercato del lavoro internazionale con un solido background accademico. I placement possono svolgersi presso varie tipologie di enti, collocati al di fuori dell'Unione Europea.

Oltre ai progetti di tirocinio internazionale, gli studenti hanno la possibilità di partecipare ogni anno al Venice Universities' Model European Union, ovvero una simulazione sull'Unione Europea, che si tiene alla Venice International University. In quanto simulazione della procedura legislativa dell'Unione europea, i partecipanti ricoprono i ruoli dei membri del Parlamento europeo e del Consiglio dell'Unione europea, seguendo specifiche rules of procedures con cui vengono adottate le direttive e i regolamenti europei, sviluppando specifiche competenze e conoscenze legate alla diplomazia e alle relazioni internazionali.

In un'ottica internazionale, è proseguito il ciclo di webinar denominato "Focus on", al fine di presentare i Paesi maggiormente richiesti per i tirocini, fornendo così agli studenti un'opportunità di orientamento rispetto alla scelta del paese in cui svolgere lo stage. Gli appuntamenti sono organizzati in collaborazione con gli organismi partner (ad es. Camere di Commercio italiane all'estero, aziende, etc.) con lo scopo di presentare l'ente (attività, progetti, politiche di recruiting), le opportunità di stage ed illustrare il «sistema Paese» da un punto di vista economico, socio-politico, culturale, fornendo informazioni sui visti, gli sbocchi occupazionali, etc.

Dal 2020, per porsi il più possibile al fianco degli studenti nel processo di ripresa dopo la prima fase dell'emergenza epidemiologica, i Settori Tirocini Italia e Estero lanciano il progetto Roadmap "Pronti, Stage, VIA!", un ciclo di video incontri da declinato in appuntamenti suddivisi per ambiti disciplinari di afferenza degli studenti volti a far conoscere il valore aggiunto che il tirocinio, in Italia e all'Estero, porta alla propria esperienza universitaria: lasciando un ampio spazio al confronto con i ragazzi al termine della presentazione per dubbi e domande tecniche, vengono fornite indicazioni pratiche su come scegliere il tirocinio, quali opportunità può offrire, come entrare in contatto con le aziende e gli enti presentandosi al meglio, e come trasformarlo in un'esperienza fondamentale per la propria futura collocazione professionale.

Gli studenti e i neo laureati, una volta individuata la struttura ospitante per il tirocinio, si rivolgono al personale del Career Service e/o dei Servizi di Campus, che li assiste per l'avvio e la stesura dei documenti necessari, durante lo svolgimento del tirocinio, attraverso un monitoraggio sull'andamento delle attività previste e in fase di chiusura del tirocinio.

<http://www.unive.it/stageitalia>
www.unive.it/stage-estero
ADISS – Ufficio Career Service
Settori Tirocini Italia e Tirocini Estero

Dipartimento di Management - Venice School of Management

Al fine di favorire in maniera ancora più accentuata l'entrata nel mondo del lavoro delle proprie laureate e dei propri laureati, il Dipartimento ha già stipulato e si adopera continuamente per stipulare accordi con Enti, associazioni e aziende per la promozione di Premi di laurea spesso collegati con tirocini formativi. Le informazioni in merito sono reperibili <http://www.unive.it/management> (Percorso: Corsi>Premi e borse)

Descrizione link: ADISS – Ufficio Career Service

Link inserito: <http://www.unive.it/careerservice>

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Le attività del Career Service per gli studenti 2024



QUADRO B5

Assistenza e accordi per la mobilità internazionale degli studenti

i

In questo campo devono essere inserite tutte le convenzioni per la mobilità internazionale degli studenti attivate con Atenei stranieri, con l'eccezione delle convenzioni che regolamentano la struttura di corsi interateneo; queste ultime devono invece essere inserite nel campo apposito "Corsi interateneo".

Per ciascun Ateneo straniero convenzionato, occorre inserire la convenzione che regola, fra le altre cose, la mobilità degli studenti, e indicare se per gli studenti che seguono il relativo percorso di mobilità sia previsto il rilascio di un titolo doppio o multiplo. In caso non sia previsto il rilascio di un titolo doppio o multiplo con l'Ateneo straniero (per esempio, nel caso di convenzioni per la mobilità Erasmus) come titolo occorre indicare "Solo italiano" per segnalare che gli studenti che seguono il percorso di mobilità conseguiranno solo il normale titolo rilasciato dall'ateneo di origine.

Servizi offerti dall'Ufficio Relazioni Internazionali:

Programma Erasmus+ KA 103 / KA131

Il Programma Erasmus+ per Studio, attraverso l'Azione Chiave KA103 (Programma 2014-20) e KA 131 (Programma 2021-27), offre agli studenti l'opportunità di trascorrere un periodo di studio (da 2 a 12 mesi) presso una delle università partner (<http://www.unive.it/erasmus-studio>), che appartengano a un paese partecipante al Programma e che abbiano firmato un accordo inter-istituzionale con Ca' Foscari.

Gli studenti Erasmus possono ricevere un contributo comunitario ad hoc, seguire corsi universitari e usufruire delle strutture disponibili presso l'Istituto ospitante senza dover pagare tasse aggiuntive, con la garanzia del riconoscimento del periodo di studio all'estero tramite il trasferimento dei rispettivi crediti formativi all'interno della loro carriera.

Il Programma Erasmus+ per Studio consente di vivere esperienze culturali all'estero, conoscere nuovi sistemi di istruzione superiore, perfezionare la conoscenza di almeno un'altra lingua e incontrare giovani di altri paesi, partecipando attivamente alla costruzione di un'Europa sempre più unita. È possibile reperire i dettagli e la normativa del Programma Erasmus+ per Studio sul sito web dell'Agenzia Nazionale Erasmus+ INDIRE (<http://www.erasmusplus.it/>).

Programma Erasmus+ KA 107 / KA 171 - International Credit Mobility

International Credit Mobility (ICM) è l'Azione Chiave KA107 del Programma Erasmus+ (Programma 2014-20) e KA 171 (Programma 2021-27), che permette la realizzazione di progetti di mobilità per studio e tirocinio fuori dall'UE, coerentemente con le strategie di internazionalizzazione degli Istituti di Istruzione Superiore.

L'Università Ca' Foscari mette a disposizione dei propri studenti le borse di mobilità offerte dal Programma Erasmus+ finanziate dall'Unione Europea. L'obiettivo è promuovere la mobilità internazionale degli studenti e del personale docente e tecnico-amministrativo da e verso destinazioni extra UE ("partner countries").

Destinazioni, numero di posti, cicli di studio e aree disciplinari ammissibili variano da Paese a Paese e sono specificati nel bando per le mobilità in uscita, pubblicato indicativamente nel mese di dicembre di ogni anno (e rivolto a studenti, docenti e PTA dell'Ateneo).

Progettazione Europea

Il Settore Progetti dell'Ufficio Relazioni Internazionali fornisce consulenza ai docenti ca'foscari interessati a partecipare a progetti di cooperazione internazionale a valere sulle altre azioni e sotto-azioni del Programma Erasmus+, per le quali l'Ateneo partecipa in qualità di partner o di coordinatore: Erasmus+ KA1 (ICM e consorzi di mobilità), Erasmus+ KA2 (Erasmus Mundus Joint Masters e Erasmus Mundus Design Measures, Capacity Building for Higher Education, Partnerships for Cooperation, ecc.), Erasmus+ KA3, Azioni "Jean Monnet".

Il Settore Progetti fornisce supporto durante la fase di redazione del progetto e presentazione della candidatura, in collaborazione con i Dipartimenti di afferenza dei docenti partecipanti.

Interagisce poi con gli stessi Dipartimenti durante la fase di gestione dei progetti vinti, qualora emergano dubbi o problematiche puntuali riguardo l'applicazione delle specifiche regole Erasmus+.

Alleanza EUTOPIA

In seguito all'adesione, a settembre 2021, all'Alleanza "EUTOPIA" (nell'ambito delle "European Universities Initiative", inquadrato nell'Azione Chiave 2 del Programma Erasmus+), e dell'approvazione e finanziamento del progetto EUTOPIA MORE, il Settore Progetti affianca il direttore dell'Ufficio nella gestione amministrativa e progettuale riferita al progetto, e nel coordinamento delle attività centralizzate riferite all'Alleanza presso Ca' Foscari, aperte a docenti, studenti e personale tecnico-amministrativo.

Programma Overseas

Attraverso il Programma "Overseas", Ca' Foscari mantiene Accordi di Cooperazione Scientifica e Culturale con università e istituzioni extraeuropee (<http://www.unive.it/overseas>) situate in Paesi differenti, con l'obiettivo di sviluppare attività congiunte di studio, ricerca e formazione e di incentivare la mobilità di studenti, ricercatori e docenti. Gli studenti hanno l'opportunità di trascorrere un periodo di studio (da 3 a 12 mesi) presso una delle università partner, dove sono generalmente esonerati dal pagamento di contribuzione studentesca aggiuntiva, e hanno la possibilità di frequentare corsi, sostenere esami e svolgere ricerca per tesi di laurea.

SEMP - Swiss European Mobility Programme

Ca' Foscari ha attivato accordi bilaterali con alcune università svizzere (www.unive.it/sempr), con l'obiettivo di sviluppare attività congiunte di studio, ricerca e formazione e di incentivare la mobilità dei propri studenti.

Tali accordi consentono agli studenti dell'Ateneo di realizzare un'esperienza formativa in regime di scambio con l'università elvetica partner. Gli studenti selezionati potranno beneficiare di contributi economici mensili erogati dall'Agenzia Nazionale Svizzera.

Gli studenti, senza dover pagare tasse aggiuntive, hanno la possibilità di frequentare corsi e sostenere esami presso qualificate università svizzere. Tali esami, se preventivamente concordati con i docenti di Ca' Foscari tramite compilazione del Learning Agreement, sono poi riconosciuti e verbalizzati nella carriera universitaria dello studente.

Programma Visiting Students

La formazione internazionale degli studenti è promossa anche tramite la formula del Visiting Student, che consiste nello svolgimento di un periodo di studi all'estero al di fuori dei programmi di mobilità più strutturati (<http://www.unive.it/pag/11684/>). Lo studente sceglie in autonomia l'ateneo (europeo o extra-UE) in cui svolgere la mobilità,

sostenendo eventuali spese richieste dall'istituzione ospitante. È possibile studiare all'estero come Visiting Student per un periodo massimo di un anno accademico e ottenere il riconoscimento fino ad un massimo di 60 crediti universitari.

Programmi di Double and Joint Degree

Ca' Foscari attiva accordi specifici per offrire Corsi di Studio a curriculum integrato che prevedono un percorso formativo co-progettato con Atenei stranieri e periodi di mobilità per studenti.

Terminato il percorso di studi e dopo la prova finale vengono rilasciati i due o più titoli nazionali delle Università partner (titolo doppio o multiplo) oppure un unico titolo riconosciuto e validato da tutti gli Atenei coinvolti (titolo congiunto). Questo tipo di percorso accademico prevede sempre un periodo di mobilità obbligatoria presso le istituzioni partner.

Orientamento in ingresso per studenti internazionali

Il Settore Promozione e Reclutamento offre ai prospective students internazionali delle opportunità per conoscere meglio l'offerta formativa dell'università, in particolare lauree triennali e magistrali erogate in lingua inglese. Il settore fornisce anche strumenti e servizi che aiutano questi studenti a esplorare nel senso più ampio l'esperienza di studio a Ca' Foscari e a Venezia.

In particolare il Settore Promozione e Reclutamento di Ateneo offre i seguenti servizi:

1. International Open Days: questo evento annuale si svolge online e fornisce ai prospective students internazionali l'opportunità di acquisire informazioni sui corsi di laurea e laurea magistrale erogati in lingua inglese grazie a webinar offerti da docenti e studenti. L'evento mette in risalto anche i servizi e le opportunità messi a disposizione della comunità studentesca cafoscarina.
2. Fiere e manifestazioni internazionali: nell'arco dell'anno lo staff del Settore Promozione e Reclutamento partecipa a fiere universitarie internazionali, sia in presenza sia online, in modo da offrire ai prospective students internazionali la possibilità di parlare con loro in modalità one-on-one.
3. www.apply.unive.it: in collaborazione con il Settore Accoglienza dell'Ufficio Relazioni Internazionali, il Settore Promozione e Reclutamento gestisce questa piattaforma online che ha la doppia funzione di informare i prospective students internazionali riguardo l'offerta formativa ed i servizi e le opportunità offerte da Ca' Foscari e gestire la valutazione delle loro domande di ammissione completamente online.
4. Chat with a Ca' Foscari Student: questo servizio permette ai prospective students internazionali di prenotare una videochiamata di venti minuti con un attuale studente. Lo scopo del servizio è di permettere una comunicazione più informale e tra pari.
5. Buddy Programme: questo progetto permette alle nuove matricole internazionali di appoggiarsi a studenti già iscritti che si offrono come "Buddy". I Buddy offrono assistenza nella fase di arrivo e durante i primi mesi di studio degli studenti internazionali, aiutando con le procedure amministrative e l'avvio della vita studentesca.
6. International Welcome Week: questa iniziativa facilita l'inserimento sociale nella comunità cafoscarina delle nuove matricole internazionali. Consiste in attività di apprendimento nonché ludiche che incoraggiano la creazione di legami di amicizia e reti di conoscenze.

Organizzazione dell'Ufficio Relazioni internazionali:

1. Settore Mobilità (accordi di scambio Erasmus+, Overseas e Swiss European Mobility Programme, gestione mobilità europea ed extraeuropea studenti, docenti e personale tecnico amministrativo outgoing)
2. Settore Promozione e Reclutamento (reclutamento studenti internazionali: attività di promozione dell'Ateneo all'estero; portali web internazionali per la promozione dell'offerta formativa; customer satisfaction studenti internazionali; partecipazione a fiere e saloni della promozione universitaria, anche in collaborazione con consolati, ambasciate, istituti italiani di Cultura, camere di commercio; presidio informativo; informazione e consulenza ai prospective students; valutazione e riconoscimento titoli internazionali - orientamento in ingresso per studenti internazionali.)
3. Settore Accoglienza (ammissione e immatricolazione ai corsi L/LM degli studenti internazionali, cioè con titolo d'accesso estero: verifica dei requisiti di accesso; immatricolazione; rapporti con le Ambasciate/Consolati; gestione Double and Joint Degrees - DJD: bandi; borse/contributi; mobilità Incoming e Outgoing; Invio documentazione a università partners; mobilità Incoming studenti, docenti e PTA; supporto procedure immigrazione)
4. Settore Progetti (consulenza su progetti di cooperazione internazionale del Programma Erasmus+ KA1, KA2, KA3, supporto durante la fase di redazione del progetto e presentazione della candidatura, in collaborazione con i Dipartimenti di afferenza dei docenti partecipanti).

In accordo con le direttive dell'Ateneo, il Dipartimento di Management - Venice School of Management (DMan-VSM) ha istituito un Comitato Internazionale, costituito da una sotto commissione, Commissione Erasmus e Overseas, dedicata specificatamente a questa tipologia di scambi, da un referente per i Doppi Diplomi e da un Delegato all'Internazionalizzazione, che presiede il Comitato.

La Commissione Erasmus e Overseas è responsabile del coordinamento delle attività di mobilità delle studentesse e degli studenti dei corsi di studio della Scuola, sia in entrata che in uscita, nell'ambito degli accordi di scambio europei e internazionali come Erasmus+, Erasmus ICM e Overseas. Inoltre, la Commissione gestisce anche le visite dei docenti stranieri derivanti dagli stessi accordi di scambio. Attualmente, la Commissione è composta da diversi docenti: proff. Giulia Cancellieri, Antonio Costantini, Francesca Dal Mas, Valentina Fava, Inga Jonaityte, Ashraf Khan, Michele Pinelli e, specificatamente dedicato all'Overseas, Matteo Maria Triossi Verondini. Ciascun membro della Commissione è assegnato a specifiche destinazioni, fornendo assistenza agli studenti per la compilazione dei learning agreement e il riconoscimento degli esami sostenuti all'estero. Al fine di garantire coerenza e uniformità nei processi, la Commissione stabilisce ex ante criteri condivisi per il riconoscimento dei crediti e la trasformazione ex post del voto ottenuto presso le università partner. Il Referente per i Doppi Diplomi, attualmente identificato con la prof.ssa Laura Cortellazzo, si occupa del coordinamento dei learning agreement e del riconoscimento degli esami effettuati durante lo scambio di Doppio Diploma, con l'approvazione finale del Delegato all'Internazionalizzazione.

Il Delegato, ruolo attualmente ricoperto dalla prof.ssa Elisa Cavezzali, si occupa della gestione delle attività internazionali del Dipartimento, inclusi i rapporti con le istituzioni partner, la promozione degli accordi di collaborazione e la definizione di programmi formativi congiunti, come il Doppio Diploma.

Inoltre, la Commissione Erasmus partecipa ad incontri annuali per presentare l'offerta Erasmus e Overseas della DMan-VSM, in concomitanza con la pubblicazione del bando e delle modalità di partecipazione. Analoghi incontri vengono organizzati per la presentazione delle diverse opportunità offerte in relazione ai Doppi Diplomi.

La lista completa delle sedi estere, con la specificazione delle borse disponibili, è reperibile dal sito web dell'Università <http://www.unive.it> (Percorso: Internazionale>Andare all'estero>Studio all'estero>Erasmus+ per studio Europa).

Descrizione link: Ca' Foscari Internazionale

Link inserito: <http://www.unive.it/pag/11620/>

n.	Nazione	Ateneo in convenzione	Codice EACEA	Data convenzione	Titolo
1	Francia	Ecole Superieure de Commerce de Paris		13/01/2021	doppio
2	Francia	SKEMA Business School		30/08/2022	doppio
3	Regno Unito	University of Reading - Henly Business School		16/05/2021	doppio



QUADRO B5

Accompagnamento al lavoro

Il Career Service dell'Università Ca' Foscari Venezia è un sistema integrato di attività, servizi di consulenza e orientamento, che punta a favorire l'occupabilità dei laureati e a rispondere in modo efficace alle esigenze di recruiting ed employer branding delle aziende italiane e internazionali.

Opera a livello centrale rispetto all'Ateneo e declina le proprie attività in base alle aree disciplinari che contraddistinguono l'offerta formativa di Ca' Foscari.

In particolare, i servizi offerti a laureandi e neolaureati sono finalizzati a:

05/04/2024

- accompagnarli nell'analisi delle proprie attitudini, motivazioni e competenze al fine di elaborare un progetto professionale coerente con il proprio percorso di studio e in relazione all'evoluzione del mondo produttivo;
- supportarli nella ricerca attiva di stage e lavoro;
- fornire strategie operative per consentire di concretizzare gli obiettivi personali e professionali;
- favorire l'integrazione tra università e mondo del lavoro e creare momenti di incontro diretto con i professionisti e i recruiter.

Le azioni di orientamento si realizzano in una prima fase attraverso lo sportello del Career Desk, curato da professionisti che forniscono consulenza individuale per l'elaborazione del progetto professionale, la redazione del CV e della lettera di accompagnamento. L'obiettivo è quello di supportare gli studenti e i laureati nell'individuare i canali di ricerca di lavoro più efficaci a seguito di una riflessione approfondita sulle proprie attitudini, motivazioni e competenze. Lo sportello è aperto anche agli studenti internazionali e i colloqui avvengono in lingua inglese.

Un secondo livello di azioni si concretizza attraverso l'organizzazione di laboratori dedicati all'orientamento al lavoro nazionale e internazionale, all'autoimprenditorialità, e di workshop di presentazione delle realtà occupazionali e delle figure professionali emergenti con il coinvolgimento di esperti del settore. I colloqui di orientamento e le attività laboratoriali e seminariali vengono svolte in presenza o da remoto.

Il Career Service a Ca' Foscari utilizza inoltre strumenti e modalità innovative per promuovere i temi dell'orientamento al lavoro quali: la guida Mi metto al lavoro. Strumenti utili per un buon inizio, le oltre 200 schede on line della Guida alle Professioni, le brochure 10 passi per prepararsi al mondo del lavoro e dal 2021 lo strumento Soft Skills in luce un percorso guidato che permette in autonomia di prendere consapevolezza delle proprie soft skills per valorizzarle nel CV e nel colloquio di lavoro. Inoltre è attiva una nuova Piattaforma web che supporta studenti e neo laureati nel processo di accompagnamento per l'inserimento nel mondo del lavoro (moduli-video formativi, modelli e format di CV e lettera di presentazione, preparazione al colloquio, modalità e strumenti di ricerca attiva del lavoro, proposti sia in lingua italiana sia in lingua inglese). Nel 2019 è stato inoltre avviato un progetto di mentoring nazionale e internazionale dal titolo "COLTIVIAMOCI" per promuovere role model di successo con cui gli studenti cafoscarini si possono confrontare in più appuntamenti, preceduti da momenti di formazione dedicati.

L'incontro tra domanda e offerta di lavoro si declina invece attraverso tre bacheche on line, accessibili in Area Riservata del sito di ateneo e dedicate alla pubblicazione di job vacation da parte delle aziende per opportunità di inserimento in Italia e all'estero, per profili anche con più di uno o tre anni di esperienza e per l'accesso ai principali programmi di ricerca talenti. Gli studenti, fin dal momento della loro immatricolazione a Ca' Foscari, possono caricare il proprio CV nella banca dati "Il tuo CV per il placement", un'applicazione online che consente al Servizio di segnalare alle imprese il CV di studenti e laureati in linea con le loro ricerche per offerte di lavoro e stage a potenziale assunzione.

Il Career Service favorisce inoltre l'integrazione tra Università e mondo del lavoro organizzando nel corso dell'anno momenti di incontro con le imprese, dalle presentazioni aziendali in Ateneo, da remoto o Visite in Azienda, ai Career Day suddivisi per settori di business, ad eventi monobrand su specifici settori. A partire da aprile 2020, a causa della pandemia in corso da Covid-19, il Career Service ha continuato a garantire l'erogazione degli eventi di recruiting realizzandoli interamente in modalità virtuale e ampliando l'offerta dei servizi e delle opportunità di incontro e confronto con le aziende. Dal 2022 sono riprese gradualmente le attività anche in presenza e dal 2023 sono stati potenziati anche i momenti immersivi in azienda e nel 2024 viste le risposte positive al format delle Company visit abbiamo deciso di proporlo durante due periodo l'anno primavera e autunno per far conoscere ai nostri studenti e studentesse le realtà aziendali e i possibili contesti di inserimento lavorativo più da vicino.

Dal 2023 sono stati potenziati gli eventi di recruiting a vocazione internazionale, organizzando a novembre 2023 un Career Day virtuale con aziende ed enti, che hanno potuto presentarsi ed offrire stage e lavoro a livello globale a studenti e neolaureati cafoscarini. Questa azione proseguirà anche nel 2024 in occasione dei Career Day settoriali di aprile e per quello generalista di novembre, sempre da remoto per soddisfare esigenze logistiche ed organizzative dei nostri corporate partner. Studenti e studentesse, neolaureati e neolaureate cafoscarini possono sostenere colloqui conoscitivi e/o di selezione, acquisire informazioni sui profili professionali ricercati da imprese e/o enti italiani e internazionali, sulle competenze richieste, sulle possibilità di carriera e le modalità di selezione e assunzione.

Il Career Service di Ca' Foscari, in qualità di soggetto accreditato ai servizi per il lavoro sia a livello nazionale che regionale, fa parte della rete degli Youth Corner del Veneto dal 2014 nell'ambito dell'attuazione del Programma Garanzia Giovani e promuove importanti azioni di politica attiva attraverso progetti di orientamento e accompagnamento al lavoro, regionali e nazionali (Programma GOL – PNRR) e percorsi specialistici articolati in azioni di orientamento, formazione e tirocinio nell'ambito dell'FSE+ 2021-2027 in favore dei propri laureati per favorirne sempre più l'occupabilità con servizi

personalizzati e in linea con i loro obiettivi professionali.

Nell'ambito del Career Service è stato istituito inoltre, a partire dal 2017, "LEI – Leadership, Energia, Imprenditorialità", il progetto dell'Università Ca' Foscari Venezia dedicato all'occupabilità delle giovani donne. Per la prima volta un Ateneo italiano istituisce una serie di attività e iniziative per promuovere il rafforzamento del ruolo sociale ed economico delle donne nel mondo del lavoro, attraverso laboratori dedicati allo sviluppo della leadership; talk con imprenditrici; laboratori di orientamento alle professioni emergenti con formatori professionisti; azioni per promuovere e sostenere l'orientamento verso le discipline STEM e le relative professioni; progetti di tirocinio in aree professionali in cui la presenza femminile è meno significativa. A partire da fine 2020 è stato inoltre ideato un magazine tutto dedicato alle tematiche dell'occupabilità femminile. La rivista racconta le attività promosse dal LEI, i progetti aziendali più innovativi a sostegno delle donne, i profili di professioniste di rilievo provenienti da diversi settori; sono inoltre previsti approfondimenti sull'occupabilità delle donne, sulle soft skills per rafforzare la leadership femminile, sul ruolo della donna rispetto alla dimensione economica e sul tema dei diritti e dell'inclusività nel mondo del lavoro.

La rivista ha cadenza quadrimestrale ed è rivolta alla comunità cafoscarina, alle aziende e alle istituzioni del territorio.

Descrizione link: ADISS – Ufficio Career Service

Link inserito: <http://www.unive.it/careerservice>

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Il Career Service per gli Employer - Guida ai servizi 2024 UNIVE



QUADRO B5

Eventuali altre iniziative

Il CdS ha predisposto il piano frequenze, dove è stato distribuito il carico di lavoro in maniera equa tra ciascun semestre, nel rispetto della sequenzialità dei contenuti. Nell'ultimo semestre del percorso di laurea sono previsti lo svolgimento dello stage obbligatorio e la redazione della tesi di laurea.

Per le studentesse e gli studenti del CdS sono previste numerose iniziative curriculari ed extracurriculari che consentono un efficace allineamento della didattica alle sfide del mondo del lavoro. Si organizzano testimonianze in aula da parte di manager, imprenditori ed esperti provenienti dal contesto aziendale e sociale. Il Dipartimento di Management ha avviato a tal fine il progetto "Incontri DMAN ospiti in aula", palinsesto di attività di confronto e match-making tra studentesse/studenti, docenti e professioniste/i e esperte/i, orientato a fornire alle studentesse e agli studenti prospettive aggiornate sulle dinamiche che riguardano l'evoluzione del mercato del lavoro, sugli scenari affrontati dalle imprese, sulle problematiche, le criticità e le opportunità insite nei diversi percorsi di carriera.

Si organizzano inoltre percorsi di didattica esperienziale attraverso project work con imprese, amministrazioni pubbliche e organizzazioni della società civile. Parte di questi sono organizzati come laboratori Experior ovvero un progetto che si basa sull'innovazione didattica introducendo modelli di apprendimento basati su progetti e problemi da risolvere.

All'offerta del CdS si aggiungono poi le opportunità di sinergie grazie ad alcune associazioni studentesche tra cui in particolare il Marketers Club, AIESEC e JEVE Junior Enterprise che attraverso l'organizzazione di eventi, momenti formativi, workshop e incontri offrono agli studenti l'opportunità di costruire un percorso professionale già durante la carriera universitaria, e arricchiscono la relazione con i docenti caratterizzando in maniera distintiva il percorso della laurea magistrale e arricchendolo di contenuti pratici sempre rinnovati.

Tali attività trovano supporto nella presenza di spazi dedicati alle studentesse e agli studenti dei percorsi magistrali, come alcune aule a essi dedicati per i lavori di gruppo, dove sperimentare metodologie nuove di lavoro.

Il Dipartimento ha nominato due proff. Francesco Rullani e Andrea Stocchetti referenti per l'acquisizione di competenze di sostenibilità che comportano l'erogazione di un CFU extracurriculare. Le informazioni sono reperibili alla pagina

<http://www.unive.it> (Percorso: Progetti>Competenze di sostenibilità)

16/04/2024



18/04/2024

L'Ateneo ha avviato la prima esperienza in tema di raccolta ed utilizzo delle opinioni degli studenti e delle studentesse nel 1991, con una prima somministrazione di questionari agli studenti e alle studentesse frequentanti in aula della Facoltà di Economia. Dall'anno accademico 1995/1996 Ca' Foscari ha reso obbligatoria la distribuzione dei questionari per tutti gli insegnamenti e per tutti i corsi di studio. A partire dall'anno accademico 2011/2012 la rilevazione delle opinioni degli studenti e delle studentesse sui singoli insegnamenti avviene online ed è rivolta anche agli studenti e alle studentesse che si dichiarano non frequentanti.

Dall'anno accademico 2019/2020 il testo del questionario è stato modificato sulla base della proposta di 'Linee guida per la rilevazione delle opinioni di studenti e laureandi' presentata da ANVUR nel 2019, prevedendo una scala di valutazione di 10 punti e l'integrazione del modello di testo proposto da ANVUR con alcune domande definite dall'Ateneo. Il questionario viene somministrato per i singoli moduli di insegnamento, per i laboratori e per le esercitazioni ed è compilabile in lingua italiana e in lingua inglese. La rilevazione somministrata per gli insegnamenti distingue le opinioni degli studenti e delle studentesse che si dichiarano frequentanti rispetto agli studenti e alle studentesse non frequentanti o con frequenza inferiore al 50% delle lezioni.

Il questionario prevede, accanto alla valutazione di tipo quantitativo sui singoli aspetti considerati, anche dei campi in cui gli studenti e le studentesse possono inserire i loro commenti e suggerimenti.

I risultati delle indagini vengono utilizzati in diversi ambiti e occasioni della programmazione delle attività dell'Ateneo, come puntualmente specificato anche nelle relazioni annuali redatte dal Nucleo di Valutazione (<https://www.unive.it/nucleo>). In particolare, i risultati dei questionari forniscono indicazioni utili per apportare miglioramenti ai corsi e vengono utilizzati anche nell'ambito delle procedure di reclutamento e carriera dei/delle docenti.

Dall'anno accademico 2016/2017 è stata inoltre attivata una procedura interna automatica, gestita dal software Pentaho, che consente al/alla docente di visualizzare all'interno della propria area riservata nel sito di Ateneo gli esiti della rilevazione sulle opinioni degli studenti e delle studentesse dal momento in cui risultino completati almeno 5 questionari. Questo report, accessibile alla voce "Questionari valutazione didattica" presente nell'area riservata personale del/della docente, fornisce un tempestivo feedback su eventuali criticità segnalate dalla componente studentesca.

In aggiunta al questionario di rilevazione delle opinioni degli studenti e delle studentesse sulle attività didattiche, l'Ateneo utilizza anche ulteriori rilevazioni:

- un questionario annuale sulla didattica e sui servizi. Tale questionario viene somministrato annualmente a tutti gli studenti e a tutte le studentesse dei corsi di studio di primo e di secondo livello, ad esclusione dei neo immatricolati e delle neo immatricolate, ed è finalizzato ad avere un quadro ampio delle opinioni sulla didattica, sui servizi e sul funzionamento dell'Università, che includa anche il giudizio degli studenti e delle studentesse non frequentanti. Il questionario, la cui compilazione non è obbligatoria, è disponibile anche in lingua inglese;
- un questionario rivolto agli studenti e alle studentesse che si immatricolano a corsi di studio di primo e di secondo livello. Il questionario, la cui compilazione non è obbligatoria, è disponibile anche in lingua inglese;
- un questionario sulle modalità di verifica dell'apprendimento, somministrato a tutti gli studenti e a tutte le studentesse dei corsi di laurea e di laurea magistrale a seguito del sostenimento delle prove d'esame nel corso dell'intero anno accademico. Il questionario presenta delle domande di approfondimento sull'organizzazione e sulle modalità di svolgimento degli esami, è disponibile in versione italiana e in versione inglese e non prevede una compilazione obbligatoria.

In questo modo è stato costituito un sistema di rilevazioni orientate a monitorare la qualità percepita dagli studenti e dalle studentesse in tutti i suoi aspetti principali.

L'Ateneo ha inoltre pubblicato nel sito web per ogni corso di studio una pagina 'Opinioni sul corso e occupazione', dove in area pubblica si possono consultare gli esiti della rilevazione sulle opinioni degli studenti e delle studentesse che si

dichiarano frequentanti e alcuni dati di sintesi, tra cui anche gli sbocchi occupazionali del corso (si veda il link sottostante). L'Ateneo pubblica, inoltre, nel sito all'indirizzo <https://www.unive.it/pag/11021/> tutte le valutazioni degli ultimi anni accademici sia per corso di studio, che in aggregato. Le analisi pubblicate riguardano il grado di soddisfazione complessiva per ogni insegnamento.

Descrizione link: Opinioni sul corso e occupazione

Link inserito: <https://www.unive.it/web/it/2046/>



QUADRO B7

Opinioni dei laureati

L'Ateneo ha avviato a partire dal 1999 una indagine per raccogliere le opinioni dei laureandi e delle laureande al termine della loro carriera universitaria. A partire da gennaio 2004 Ca' Foscari ha aderito al Consorzio AlmaLaurea, per la somministrazione via web del questionario laureandi e per le indagini sugli sbocchi professionali. La compilazione del questionario è legata alla domanda di laurea. Con l'adesione all'indagine AlmaLaurea l'Ateneo, oltre a disporre di un set informativo delle opinioni degli studenti e delle studentesse, ha la possibilità di confrontare anche i giudizi dei propri studenti e delle proprie studentesse con quelli di altri Atenei consorziati. Tutta la documentazione, compresa la possibilità di interrogare online la banca dati, è disponibile dal sito <https://www.almalaurea.it/universita/indagini/laureati/profilo>. L'Ateneo ha pubblicato inoltre per ogni corso di studio una pagina web di presentazione del corso stesso ("Opinioni sul corso e occupazione") contenente anche alcuni dati sul livello di soddisfazione dei laureandi e delle laureande (si veda il link sottostante).

18/04/2024

Gli stessi dati vengono analizzati anche ai fini della stesura della relazione annuale del Nucleo di Valutazione (<https://www.unive.it/nucleo>).

Descrizione link: Opinioni sul corso e occupazione

Link inserito: <https://www.unive.it/web/it/2046/>



▶ QUADRO C1

Dati di ingresso, di percorso e di uscita

L'Ateneo ha pubblicato per ogni corso di studio una pagina web "Assicurazione della Qualità" contenente anche alcuni dati statistici sulle carriere degli studenti e delle studentesse, ripresi dal portale per la qualità delle sedi e dei corsi di studio (SUA-CdS). Gli indicatori relativi a ciascun corso di studio vengono utilizzati per il monitoraggio annuale del corso (si veda il link sottostante).

18/04/2024

Descrizione link: Assicurazione della qualità

Link inserito: <https://www.unive.it/web/it/2045/>

▶ QUADRO C2

Efficacia Esterna

Gli aspetti relativi alla condizione formativa ed occupazionale dei laureati e delle laureate dopo uno, tre e cinque anni dal conseguimento del titolo sono forniti dall'indagine annuale del Consorzio AlmaLaurea, alla quale Ca' Foscari aderisce dal 2004. Una sintesi dei risultati relativi al corso di studio sono reperibili alla pagina web del corso "Opinioni sul corso e occupazione" (si veda il link sottostante), mentre per un'indagine approfondita sulla tipologia dell'attività lavorativa svolta, sulla professione, sulla retribuzione degli occupati/delle occupate e sulla loro soddisfazione per il lavoro svolto, sul ramo e settore in cui lavorano, sull'utilizzo nel lavoro svolto delle competenze acquisite all'università, è possibile interrogare il sito <https://www.almalaurea.it/universita/occupazione/>.

18/04/2024

Descrizione link: Opinioni sul corso e occupazione

Link inserito: <https://www.unive.it/web/it/2046/>

▶ QUADRO C3

Opinioni enti e imprese con accordi di stage / tirocinio curriculare o extra-curriculare

Ca' Foscari monitora l'andamento degli stage, rilevandone eventuali criticità o punti di forza, tramite la somministrazione di questionari online, la cui compilazione, non obbligatoria, avviene alla fine dell'esperienza di tirocinio. L'indagine prevede un questionario per lo/la stagista ed uno per il/la tutor aziendale.

18/04/2024

Dal 2018 è stato somministrato un nuovo questionario riprogettato nei contenuti, dando ancora più importanza all'analisi delle competenze in relazione alla figura professionale di riferimento.

Il monitoraggio è stato differenziato per stagista e tutor aziendale: entrambi/entrambe effettuano una valutazione sulle competenze trasversali emerse a seguito del periodo on the job; al/alla tutor aziendale è richiesta inoltre una valutazione delle competenze tecnico-professionali in uscita relative alla figura professionale di riferimento (come da repertorio standard delle professioni) e all'esperienza pratica e agli obiettivi raggiunti in azienda da parte dello/della stagista. Le aree principali di indagine sono: conoscenze possedute all'avvio dello stage; competenze maturate durante e tramite lo stage; valutazione complessiva dell'esperienza.

Vengono predisposti dei report per singolo corso di studio, in presenza di almeno 5 questionari compilati per corso di

studio, contenenti le informazioni principali estrapolate dai risultati del questionario, al fine di fornire un resoconto dell'andamento delle attività di stage e placement nei singoli percorsi formativi. I report vengono pubblicati nel sito per ogni corso di studio nella pagina 'Opinioni sul corso e occupazione'.

Descrizione link: Opinioni sul corso e occupazione

Link inserito: <https://www.unive.it/web/it/2046/>



QUADRO D1

Struttura organizzativa e responsabilità a livello di Ateneo

12/04/2024

Il “Documento sul Sistema di Assicurazione della Qualità di Ateneo” definisce la struttura e il funzionamento del sistema di AQ. Il documento presenta i documenti e i processi relativi al monitoraggio periodico della qualità e descrive il ruolo degli attori coinvolti nei processi di AQ, individuando i principali compiti per quanto riguarda processi fondamentali dell’Ateneo. Il documento è disponibile nella sezione del sito web di Ateneo dedicata all’Assicurazione della Qualità.

Nel documento sono presenti specifiche sezioni dedicate ai processi di monitoraggio periodico della qualità nella didattica. Viene qui riportato l'estratto del “Documento sul Sistema di Assicurazione della Qualità di Ateneo” riguardante la struttura organizzativa e le responsabilità a livello di Ateneo in riferimento ai processi legati alla didattica e all’offerta formativa.

Descrizione link: Documento sul Sistema di Assicurazione della Qualità di Ateneo

Link inserito: <https://www.unive.it/pag/11234/>

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Processi Assicurazione della Qualità Ateneo (estratto)



QUADRO D2

Organizzazione e responsabilità della AQ a livello del Corso di Studio

12/04/2024

Il “Documento sul Sistema di Assicurazione della Qualità di Ateneo” definisce la struttura e il funzionamento del sistema di AQ. Il documento presenta i documenti e i processi relativi al monitoraggio periodico della qualità e descrive il ruolo degli attori coinvolti nei processi di AQ, individuando i principali compiti per quanto riguarda processi fondamentali dell’Ateneo. Il documento è disponibile nella sezione del sito web di Ateneo dedicata all’Assicurazione della Qualità.

Nel documento sono presenti specifiche sezioni dedicate ai processi di monitoraggio periodico della qualità nella didattica. Viene qui riportato l'estratto del “Documento sul Sistema di Assicurazione della Qualità di Ateneo” riguardante l’organizzazione e le responsabilità dell’AQ a livello di corso di studio in riferimento ai processi legati alla didattica e all’offerta formativa.

Descrizione link: Documento sul Sistema di Assicurazione della Qualità di Ateneo

Link inserito: <https://www.unive.it/pag/11234/>

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Processi Assicurazione della Qualità CdS (estratto)

18/04/2024

La programmazione delle attività a livello di corso di studio viene definita sulla base della “Linee Guida per l’offerta formativa”, che vengono approvate annualmente dagli Organi di Governo dell’Ateneo e che presentano indicazioni operative per la definizione dell’offerta formativa del successivo anno accademico.

Le linee guida indicano anche le tempistiche e gli attori di riferimento, considerando anche le scadenze previste a livello ministeriale, con particolare riferimento alla definizione dell’offerta formativa dei corsi di studio e ai processi di monitoraggio della qualità della didattica. Questi ultimi comprendono, tra gli altri, la stesura dei seguenti documenti: la Scheda di Monitoraggio Annuale, il Riesame Ciclico e la Relazione annuale della Commissione Paritetica docenti-studenti, il Documento di Analisi dei Risultati della Compilazione dei Questionari sulle Opinioni degli Studenti.

Con riferimento ai processi di monitoraggio della qualità nella didattica, le linee guida sono prodotte in armonia con quanto previsto dal “Documento sul Sistema di Assicurazione della Qualità di Ateneo”.

Le azioni di miglioramento che il corso di studio intende perseguire sono quelle indicate nell’ultimo Rapporto di Riesame Ciclico approvato dal Collegio didattico e dal Consiglio di Dipartimento e nella Scheda di Monitoraggio Annuale.

Ogni corso di studio dispone di una pagina dedicata all’Assicurazione della Qualità del corso, a partire dalla quale gli attori coinvolti nei processi di AQ possono accedere ai Riesami Ciclici e alle Schede di Monitoraggio Annuale prodotti dal Gruppo di Assicurazione della Qualità del corso e ai documenti di monitoraggio dello stato di avanzamento delle azioni.

Descrizione link: Pagina AQ del corso di studio

Link inserito: <https://www.unive.it/web/it/2045/>

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Monitoraggio della qualità della didattica (estratto)

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Progetto di massima e documentazione a supporto

22/02/2023

I piani di studio ed i programmi degli insegnamenti offerti per l'anno accademico 2023-2024 verranno pubblicati nelle pagine del sito web del corso di studio, raggiungibili dal link [unive.it/cdl/em17](http://www.unive.it/cdl/em17), dal 15 marzo 2023, in linea con le tempistiche previste dalle 'Linee guida per l'offerta formativa 2023-2024'.

Nel mese di giugno 2023 verrà pubblicato il regolamento didattico del CdS per l'a.a. 2023-2024.

Link inserito: <http://www.unive.it/em17>



QUADRO D7

Relazione illustrativa specifica per i Corsi di Area Sanitaria



Informazioni generali sul Corso di Studi

Università	Università "Ca' Foscari" VENEZIA
Nome del corso in italiano	Innovazione e marketing
Nome del corso in inglese	Innovation and Marketing
Classe	LM-77 - Scienze economico-aziendali
Lingua in cui si tiene il corso	inglese
Eventuale indirizzo internet del corso di laurea	http://www.unive.it/em17
Tasse	http://www.unive.it/tasse
Modalità di svolgimento	a. Corso di studio convenzionale



Corsi interateneo R²D



Questo campo dev'essere compilato solo per corsi di studi interateneo,

Un corso si dice "interateneo" quando gli Atenei partecipanti stipulano una convenzione finalizzata a disciplinare direttamente gli obiettivi e le attività formative di un unico corso di studi, che viene attivato congiuntamente dagli Atenei coinvolti, con uno degli Atenei che (anche a turno) segue la gestione amministrativa del corso. Gli Atenei coinvolti si accordano altresì sulla parte degli insegnamenti che viene attivata da ciascuno; deve essere previsto il rilascio a tutti gli studenti iscritti di un titolo di studio congiunto, doppio o multiplo.

Non sono presenti atenei in convenzione

Docenti di altre Università

Corso internazionale: DM 987/2016 - DM935/2017

Referenti e Strutture

Presidente (o Referente o Coordinatore) del CdS	CHECCHINATO Francesca
Organo Collegiale di gestione del corso di studio	Francesca Checchinato; Monica Calcagno; Maurizio Falsone; Silvia Panfilo; Andrea Stocchetti e Tiziano Vescovi
Struttura didattica di riferimento	Venice School of Management (Dipartimento Legge 240)

Docenti di Riferimento

N.	CF	COGNOME	NOME	SETTORE	MACRO SETTORE	QUALIFICA	PESO	INSEGNAMENTO ASSOCIATO
1.	CLCMNC65P42D969I	CALCAGNO	Monica	SECS-P/08	13/B2	PA	1	
2.	CHCFNC78R55L736L	CHECCHINATO	Francesca	SECS-P/08	13/B2	PA	1	
3.	FLSMRZ85H11B429A	FALSONE	Maurizio	IUS/07	12/B2	PA	1	
4.	FVAVNT73S60F205B	FAVA	Valentina	SECS-P/12	13/C1	PA	1	
5.	PNFSLV89R48E512Y	PANFILO	Silvia	SECS-P/07	13/B	RD	1	
6.	STCNDR65P15H501A	STOCCHETTI	Andrea	SECS-P/08	13/B2	PA	1	
7.	VSCTZN56E12L840B	VESCOVI	Tiziano	SECS-P/08	13/B2	PO	1	

✓ Tutti i requisiti docenti soddisfatti per il corso :

Innovazione e marketing



Rappresentanti Studenti

COGNOME	NOME	EMAIL	TELEFONO
DE BIANCHI	STEFANO	889463@stud.unive.it	
BERNARDO	ANDREA	894305@stud.unive.it	
ANDRAWES	OSAMA	888663@stud.unive.it	



Gruppo di gestione AQ

COGNOME	NOME
CHECCHINATO	FRANCESCA
CHICCA	MORENA
PANFILO	SILVIA
STOCCHETTI	ANDREA



Tutor

COGNOME	NOME	EMAIL	TIPO
CANCELLIERI	Giulia		Docente di ruolo
PINELLI	Michele		Docente di ruolo
STOCCHETTI	Andrea		Docente di ruolo
DAL MAS	Francesca		Docente di ruolo
COSTANTINI	Antonio		Docente di ruolo
RULLANI	Francesco		Docente di ruolo

TRIOSSI VERONDINI	Matteo Maria	Docente di ruolo
CORTELLAZZO	Laura	Docente di ruolo
PITTAVINO	Marta	Docente di ruolo
FAVA	Valentina	Docente di ruolo
JONAITYTE	Inga	Docente di ruolo
KHAN	Ashraf	Docente di ruolo

► Programmazione degli accessi

Programmazione nazionale (art.1 Legge 264/1999)	No
Programmazione locale (art.2 Legge 264/1999)	Si - Posti: 70

Requisiti per la programmazione locale

La programmazione locale è stata deliberata su proposta della struttura di riferimento del: 20/12/2023

La programmazione locale è stata approvata dal nucleo di valutazione il: 23/02/2024

- E' obbligatorio il tirocinio didattico presso strutture diverse dall'ateneo

► Sedi del Corso

Sede del corso: - VENEZIA	
Data di inizio dell'attività didattica	09/09/2024
Studenti previsti	70

► Eventuali Curriculum

Non sono previsti curricula

**Sede di riferimento DOCENTI**

COGNOME	NOME	CODICE FISCALE	SEDE
CHECCHINATO	Francesca	CHCFNC78R55L736L	VENEZIA
PANFILO	Silvia	PNFSLV89R48E512Y	VENEZIA
FAVA	Valentina	FVAVNT73S60F205B	VENEZIA
CALCAGNO	Monica	CLCMNC65P42D969I	VENEZIA
FALSONE	Maurizio	FLSMRZ85H11B429A	VENEZIA
VESCOVI	Tiziano	VSCTZN56E12L840B	VENEZIA
STOCCHETTI	Andrea	STCNDR65P15H501A	VENEZIA

Sede di riferimento FIGURE SPECIALISTICHE

COGNOME	NOME	SEDE
---------	------	------

Figure specialistiche del settore non indicate

Sede di riferimento TUTOR

COGNOME	NOME	SEDE
CANCELLIERI	Giulia	VENEZIA
PINELLI	Michele	VENEZIA
STOCCHETTI	Andrea	VENEZIA
DAL MAS	Francesca	VENEZIA
COSTANTINI	Antonio	VENEZIA
RULLANI	Francesco	VENEZIA
TRIOSSI VERONDINI	Matteo Maria	VENEZIA
CORTELLAZZO	Laura	VENEZIA
PITTAVINO	Marta	VENEZIA
FAVA	Valentina	VENEZIA
JONAITYTE	Inga	VENEZIA
KHAN	Ashraf	VENEZIA



Altre Informazioni

R^aD



Codice interno all'ateneo del corso

EM17

Massimo numero di crediti riconoscibili

DM 16/3/2007 Art 4 [Nota 1063 del 29/04/2011](#)

Corsi della medesima classe

- Amministrazione, finanza e controllo
- Contabilità, controllo e finanza internazionale
- Management e sostenibilità
- Management internazionale
- Marketing e comunicazione



Date delibere di riferimento

R^aD



Data di approvazione della struttura didattica

22/06/2022

Data di approvazione del senato accademico/consiglio di amministrazione

07/12/2022

Data della consultazione con le organizzazioni rappresentative a livello locale della produzione, servizi, professioni

23/04/2021 -
10/08/2022

Data del parere favorevole del Comitato regionale di Coordinamento

30/11/2022



Sintesi della relazione tecnica del nucleo di valutazione



Relazione Nucleo di Valutazione per accreditamento



i

La relazione completa del NdV necessaria per la procedura di accreditamento dei corsi di studio deve essere inserita nell'apposito spazio all'interno della scheda SUA-CdS denominato "Relazione Nucleo di Valutazione per accreditamento" entro e non oltre il 28 febbraio di ogni anno **SOLO per i corsi di nuova istituzione**. La relazione del Nucleo può essere redatta seguendo i criteri valutativi, di seguito riepilogati, dettagliati nelle linee guida ANVUR per l'accREDITAMENTO iniziale dei Corsi di Studio di nuova attivazione, consultabili sul sito dell'ANVUR

Linee guida ANVUR

1. Motivazioni per la progettazione/attivazione del CdS
2. Analisi della domanda di formazione
3. Analisi dei profili di competenza e dei risultati di apprendimento attesi
4. L'esperienza dello studente (Analisi delle modalità che verranno adottate per garantire che l'andamento delle attività formative e dei risultati del CdS sia coerente con gli obiettivi e sia gestito correttamente rispetto a criteri di qualità con un forte impegno alla collegialità da parte del corpo docente)
5. Risorse previste
6. Assicurazione della Qualità

Il Nucleo di Valutazione, dopo attento esame della documentazione prodotta dall'Ateneo, tra cui la relazione della CPDS, ha verificato la completezza dei documenti di progettazione e le motivazioni per l'attivazione del CdS. Ha verificato la rispondenza con i requisiti previsti dal D.M. n. 1154/2021. Alla luce di questa analisi, il Nucleo di Valutazione esprime parere positivo all'istituzione del corso di laurea magistrale INNOVATION AND MARKETING (classe LM-77).

Il Nucleo di Valutazione rileva l'importante attività di monitoraggio svolta dall'Ateneo in merito alla sostenibilità della didattica e alla adeguatezza delle infrastrutture e raccomanda che tale attività continui ad essere sistematica a supporto delle decisioni riguardanti l'offerta formativa nel suo complesso, inclusa l'attivazione di nuovi corsi di studio.

Il Nucleo di Valutazione, considerata l'importanza del monitoraggio delle risorse (umane e strutturali), si riserva comunque di verificare l'andamento del corso di studi, una volta attivato.

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Valutazione Corsi di Studio di nuova attivazione 2023/2024



Sintesi del parere del comitato regionale di coordinamento

R^{AD}

COMITATO REGIONALE DI COORDINAMENTO
DELLE UNIVERSITA' DEL VENETO



Il giorno 30 novembre 2022, alle ore 17, si riunisce il Comitato Regionale di Coordinamento delle Università del Veneto mediante la piattaforma Zoom.

Sono presenti:

- Prof. Pier Francesco Nocini – Rettore dell'Università di Verona
- Prof.ssa Daniela Mapelli – Rettrice dell'Università di Padova
- Prof. Marco Ferrante – Prorettore con delega alla Didattica dell'Università di Padova
- Prof.ssa Tiziana Lippiello – Rettrice dell'Università Ca' Foscari di Venezia;
- Prof. Benno Albrecht – Rettore dell'Università Luav di Venezia
- On. Elena Donazzan – Assessore Regionale all'Istruzione, alla Formazione e al Lavoro
- Sig. Domenico Ciro Amico – Rappresentante degli studenti dell'Università di Padova

- Sig.ra Giulia Impagnatiello – Rappresentante degli studenti dell'Università di Verona
 - Dott. Leonardo Dossi – Rappresentante degli studenti dell'Università di Verona
- È inoltre presente in qualità di relatore:
- Prof. Federico Schena – Delegato alla Didattica e allo Sport dell'Università di Verona
- Presiede la riunione il Prof. Pier Francesco Nocini, Rettore dell'Università di Verona.
Assume le funzioni di Segretaria la Dott.ssa Cinzia Mirti dell'Università di Verona.

[...]

Prende di seguito la parola la Prof.ssa Tiziana Lippiello dell'Università Ca' Foscari di Venezia, che illustra le proposte dell'Università Cà Foscari di Venezia (allegato n. 2):

UNIVERSITA' DEGLI STUDI CA' FOSCARI DI VENEZIA

[...]

Corso di laurea magistrale in Innovation and Marketing
Classe LM-77 Scienze economico-aziendali
Dipartimento: Management

La Laurea magistrale in Innovation and Marketing offre una solida formazione manageriale all'interno di una prospettiva di lavoro interdisciplinare che guarda al marketing nella sua relazione con i diversi processi innovativi che caratterizzano la gestione, insegnando agli studenti a cogliere gli elementi chiave per la formulazione di una strategia e fornendo loro strumenti per comprendere e leggere in chiave critica la realtà.

Il Comitato Regionale di Coordinamento delle Università del Veneto

- Visto il DPR del 27 gennaio 1998, "Regolamento recante disciplina dei procedimenti relativi allo sviluppo ed alla programmazione del sistema universitario, nonché ai comitati regionali di coordinamento, a norma dell'articolo 20, comma 8, lettere a) e b), della legge 15 marzo 1997, n. 59", e in particolare l'articolo 3;
- Visto il DM n. 1154 del 14 ottobre 2021, "Decreto Autovalutazione, Valutazione, Accredimento iniziale e periodico delle sedi e dei corsi di studio";
- Visto il D.D. n. 2711 del 22 novembre 2021;
- Vista la nota ministeriale n. 23277 del 31 ottobre 2022 "Banche dati Regolamento didattico di Ateneo (RAD) e Scheda Unica Annuale dei Corsi di Studio (SUA-CdS) per l'accreditamento dei Corsi a.a. 2023/2024 – Decreto Direttoriale 22 novembre 2021, n. 2711 – Indicazioni operative";
- Esaminate le proposte di istituzione dei nuovi corsi di studio e sedi formulate dall'Università degli studi di Padova (allegato 1), dall'Università Cà Foscari di Venezia (allegato 2), dall'Università degli studi di Verona (allegato 3);
- Sentite e accolte le motivazioni addotte per l'istituzione dei corsi di studio e delle sedi;

esprime parere unanime favorevole

subordinatamente all'approvazione da parte dei competenti organi di ciascun Ateneo, in merito all'istituzione dei seguenti nuovi corsi di studio e sedi per l'Anno Accademico 2023/24 ai sensi del DM 270/2004:

Università Cà Foscari di Venezia
Corso di studio Classe Struttura di riferimento
Innovation and Marketing LM-77 Dipartimento: Management Nuova istituzione
[...] La seduta è tolta alle ore 17.40

Considerati i tempi per l'inserimento della documentazione relativa ai nuovi corsi di studio nella banca dati ministeriale, i componenti decidono che il presente verbale venga letto e approvato seduta stante.

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Verbale del Co.Re.Co del Veneto

Offerta didattica erogata

	coorte	CUIN	insegnamento	settori insegnamento	docente	settore docente	ore di didattica assistita
1	2024	362403207	BUSINESS PLANNING AND STRATEGIC PERFORMANCE EVALUATION	SECS-P/07	Docente di riferimento Silvia PANFILO <i>Ricercatore a t.d. - t.pieno (art. 24 c.3-b L. 240/10)</i>	SECS-P/07	30
2	2024	362403208	CHANGE MANAGEMENT FOR SUSTAINABILITY	SECS-P/08	Docente di riferimento Andrea STOCCHETTI <i>Professore Associato confermato</i>	SECS-P/08	30
3	2024	362403210	CONSUMER BEHAVIOUR AND BRAND MANAGEMENT-1 (modulo di CONSUMER BEHAVIOUR AND BRAND MANAGEMENT)	SECS-P/08	Pietro LANZINI <i>Professore Associato (L. 240/10)</i>	SECS-P/08	30
4	2024	362403211	CONSUMER BEHAVIOUR AND BRAND MANAGEMENT-2 (modulo di CONSUMER BEHAVIOUR AND BRAND MANAGEMENT)	SECS-P/08	Docente di riferimento Tiziano VESCOVI <i>Professore Ordinario</i>	SECS-P/08	30
5	2023	362400771	DATA ANALYSIS AND DATA VISUALIZATION	SECS-S/03	Marta PITTAVINO <i>Ricercatore a t.d. - t.pieno (art. 24 c.3-b L. 240/10)</i>	SECS-S/01	30
6	2024	362403192	DATA SCIENCE AND BUSINESS INTELLIGENCE	INF/01	Giorgia MINELLO <i>Ricercatore a t.d. - t.pieno (art. 24 c.3-a L. 240/10)</i>	ING-INF/05	30
7	2024	362403213	DESIGN THINKING AND INNOVATION MANAGEMENT-1 (modulo di DESIGN THINKING AND INNOVATION MANAGEMENT)	SECS-P/08	Docente di riferimento Monica CALCAGNO <i>Professore Associato confermato</i>	SECS-P/08	30
8	2024	362403214	DESIGN THINKING AND INNOVATION MANAGEMENT-2 (modulo di DESIGN THINKING AND INNOVATION MANAGEMENT)	SECS-P/08	Docente di riferimento Monica CALCAGNO <i>Professore Associato confermato</i>	SECS-P/08	30
9	2023	362400772	FOOD BUSINESS MANAGEMENT AND MARKETING	AGR/01	Christine MAURACHER <i>Professore Ordinario (L. 240/10)</i>	AGR/01	30

10	2023	362400773	GLOBAL SOURCING AND DIGITAL HUMAN CLOUD	SECS-P/07	Giovanni VAIA <i>Ricercatore confermato</i>	SECS-P/07	30	
11	2024	362403215	HISTORY OF INNOVATION	SECS-P/12	Docente di riferimento Valentina FAVA <i>Professore Associato (L. 240/10)</i>	SECS-P/12	30	
12	2023	362400774	INDIVIDUAL AND GROUP BEHAVIOURS FOR INNOVATION	SECS-P/10	Anne Marie FRANCESCO		30	
13	2023	362400776	INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION - PHYSICAL AND DIGITAL TOUCHPOINTS-1 (modulo di INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION - PHYSICAL AND DIGITAL TOUCHPOINTS)	SECS-P/08	Docente di riferimento Francesca CHECCHINATO <i>Professore Associato (L. 240/10)</i>	SECS-P/08	30	
14	2023	362400777	INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION - PHYSICAL AND DIGITAL TOUCHPOINTS-2 (modulo di INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION - PHYSICAL AND DIGITAL TOUCHPOINTS)	SECS-P/08	Docente di riferimento Francesca CHECCHINATO <i>Professore Associato (L. 240/10)</i>	SECS-P/08	30	
15	2024	362403216	MARKET DYNAMICS AND INDUSTRY EVOLUTION	SECS-P/06	<i>Docente non specificato</i>		30	
16	2024	362403217	NEW TECHNOLOGIES AND LABOUR RIGHTS	IUS/07	Docente di riferimento Maurizio FALSONE <i>Professore Associato (L. 240/10)</i>	IUS/07	30	
17	2024	362403218	PRAGMATICS AND PHILOSOPHY OF LANGUAGE	M-FIL/05	Matteo FAVARETTI CAMPOSAMPIERO <i>Professore Associato (L. 240/10)</i>	M-FIL/05	30	
18	2024	362403219	RESEARCH METHODS IN INNOVATION AND MARKETING	SECS-P/08	Owais Ur Rehman KHAN <i>Ricercatore a t.d. - t.pieno (art. 24 c.3-a L. 240/10)</i>	SECS-P/08	30	
							ore totali	540



Offerta didattica programmata

Attività caratterizzanti	settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
Aziendale	SECS-P/07 Economia aziendale			
	↳ <i>BUSINESS PLANNING AND STRATEGIC PERFORMANCE EVALUATION (1 anno) - 6 CFU</i>			
	SECS-P/08 Economia e gestione delle imprese			
	↳ <i>CONSUMER BEHAVIOUR AND BRAND MANAGEMENT-1 (1 anno) - 6 CFU</i>			
	↳ <i>CONSUMER BEHAVIOUR AND BRAND MANAGEMENT-2 (1 anno) - 6 CFU</i>	42	42	24 - 48
	↳ <i>DESIGN THINKING AND INNOVATION MANAGEMENT-1 (1 anno) - 6 CFU</i>			
	↳ <i>DESIGN THINKING AND INNOVATION MANAGEMENT-2 (1 anno) - 6 CFU</i>			
	↳ <i>INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION - PHYSICAL AND DIGITAL TOUCHPOINTS-1 (2 anno) - 6 CFU</i>			
	↳ <i>INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION - PHYSICAL AND DIGITAL TOUCHPOINTS-2 (2 anno) - 6 CFU</i>			
Economico	SECS-P/06 Economia applicata			
	↳ <i>MARKET DYNAMICS AND INDUSTRY EVOLUTION (1 anno) - 6 CFU</i>	12	12	12 - 12
	SECS-P/12 Storia economica			
	↳ <i>HISTORY OF INNOVATION (1 anno) - 6 CFU</i>			
Statistico-matematico	SECS-S/03 Statistica economica			
	SECS-S/06 Metodi matematici dell'economia e delle scienze attuariali e finanziarie	6	6	6 - 6
	↳ <i>DATA ANALYSIS AND DATA VISUALIZATION (2 anno) - 6 CFU</i>			
Giuridico	IUS/07 Diritto del lavoro	6	6	6 - 6

	↳ <i>NEW TECHNOLOGIES AND LABOUR RIGHTS (1 anno) - 6 CFU</i>		
Minimo di crediti riservati dall'ateneo: - (minimo da D.M. 48)			
Totale attività caratterizzanti		66	48 - 72

Attività affini	settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
Attività formative affini o integrative	AGR/01 Economia ed estimo rurale	48	18	12 - 18 min 12
	↳ <i>FOOD BUSINESS MANAGEMENT AND MARKETING (2 anno) - 6 CFU</i>			
	INF/01 Informatica			
	↳ <i>DATA SCIENCE AND BUSINESS INTELLIGENCE (1 anno) - 6 CFU</i>			
	M-FIL/05 Filosofia e teoria dei linguaggi			
	↳ <i>PRAGMATICS AND PHILOSOPHY OF LANGUAGE (1 anno) - 6 CFU</i>			
	SECS-P/07 Economia aziendale			
	↳ <i>BUSINESS MODEL INNOVATION (1 anno) - 6 CFU</i>			
	↳ <i>GLOBAL SOURCING AND DIGITAL HUMAN CLOUD (2 anno) - 6 CFU</i>			
	SECS-P/08 Economia e gestione delle imprese			
↳ <i>CHANGE MANAGEMENT FOR SUSTAINABILITY (1 anno) - 6 CFU</i>				
↳ <i>RESEARCH METHODS IN INNOVATION AND MARKETING (1 anno) - 6 CFU</i>				
SECS-P/10 Organizzazione aziendale				
↳ <i>INDIVIDUAL AND GROUP BEHAVIOURS FOR INNOVATION (2 anno) - 6 CFU</i>				
Totale attività Affini			18	12 - 18

Altre attività		CFU	CFU Rad
A scelta dello studente		12	12 - 12
Per la prova finale		15	15 - 18
Ulteriori attività formative (art. 10, comma 5, lettera d)	Ulteriori conoscenze linguistiche	-	-
	Abilità informatiche e telematiche	-	-
	Tirocini formativi e di orientamento	-	6 - 9
	Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro	-	0 - 3
Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. d		9	
Per stages e tirocini presso imprese, enti pubblici o privati, ordini professionali		-	-
Totale Altre Attività		36	36 - 42

CFU totali per il conseguimento del titolo

120

CFU totali inseriti

120

96 - 132



Raggruppamento settori

per modificare il raggruppamento dei settori



Attività caratterizzanti R²D

ambito disciplinare	settore	CFU		minimo da D.M. per l'ambito
		min	max	
Aziendale	SECS-P/07 Economia aziendale			
	SECS-P/08 Economia e gestione delle imprese			
	SECS-P/09 Finanza aziendale			
	SECS-P/10 Organizzazione aziendale	24	48	24
	SECS-P/11 Economia degli intermediari finanziari			
Economico	SECS-P/01 Economia politica			
	SECS-P/02 Politica economica			
	SECS-P/03 Scienza delle finanze			
	SECS-P/06 Economia applicata	12	12	12
	SECS-P/12 Storia economica			
Statistico- matematico	MAT/09 Ricerca operativa			
	SECS-S/01 Statistica			
	SECS-S/03 Statistica economica			
	SECS-S/06 Metodi matematici dell'economia e delle scienze attuariali e finanziarie	6	6	6
Giuridico	IUS/04 Diritto commerciale			
	IUS/05 Diritto dell'economia			
	IUS/07 Diritto del lavoro			
	IUS/12 Diritto tributario	6	6	6
Minimo di crediti riservati dall'ateneo minimo da D.M. 48:				-

▶ Attività affini R^aD

ambito disciplinare	CFU		minimo da D.M. per l'ambito
	min	max	

Attività formative affini o integrative	12	18	12
---	----	----	----

Totale Attività Affini	12 - 18		
-------------------------------	----------------	--	--

▶ Altre attività R^aD

ambito disciplinare		CFU min	CFU max
A scelta dello studente		12	12
Per la prova finale		15	18
Ulteriori attività formative (art. 10, comma 5, lettera d)	Ulteriori conoscenze linguistiche	-	-
	Abilità informatiche e telematiche	-	-
	Tirocini formativi e di orientamento	6	9
	Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro	0	3
Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. d		9	
Per stages e tirocini presso imprese, enti pubblici o privati, ordini professionali		-	-

Totale Altre Attività

36 - 42



Riepilogo CFU

R^aD

CFU totali per il conseguimento del titolo	120
Range CFU totali del corso	96 - 132



Comunicazioni dell'ateneo al CUN

R^aD



Motivi dell'istituzione di più corsi nella classe

R^aD

L'attività di consultazione con le parti sociali e con i portatori d'interesse ha sottolineato l'importanza di consolidare e allo stesso tempo rendere maggiormente visibile e chiaramente comprensibile a studentesse e studenti e imprese nazionali e internazionali l'offerta formativa magistrale in lingua inglese dell'area aziendale/manageriale (classe LM-77), che si affianca a quella in lingua italiana. Ad oggi l'offerta formativa in italiano è composta da tre corsi di laurea (Amministrazione, finanza e controllo – Management e Sostenibilità – Marketing e comunicazione), mentre quella in inglese è caratterizzata da un unico CdS con tre curricula molto eterogenei tra loro: innovation and marketing, international management e accounting and finance.

Tale consultazione e la contestuale analisi dell'offerta formativa in classe LM-77 sia italiana che internazionale portano a ritenere necessario lo scorporo dei tre curricula in tre CdS indipendenti

Quattro le ragioni principali dell'attivazione del nuovo corso di laurea magistrale in Innovation and Marketing:

- (1) dare maggiore visibilità al percorso in Innovation and Marketing agli occhi del mercato (maggiore chiarezza sui profili in uscita), come richiestoci più volte dalle parti sociali (si vedano i verbali con le parti sociali);
- (2) offrire maggiore chiarezza e consapevolezza alle studentesse e agli studenti sull'oggetto di studio, come richiestoci dalle studentesse e dagli studenti stesse/i (si vedano i verbali delle assemblee annuali 2022 dei tre curricula del CdS in Management);
- (3) la necessità di avvicinare la proposta formativa con benchmark nazionali ed internazionali, anche nell'ottica dell'accreditamento EQUIS sul quale il Dipartimento di Management sta lavorando dal 2018
- (4) maggiore coerenza con i CdS delle università partner con le quali il nuovo CdS in Innovation and Marketing manterrà i doppi diplomi già in essere all'interno del precedente CdS in Management (si vedano EM13_verbale-parti sociali_skema_23-05-2022; Skema_endorsement-letter_06-2022).

L'attivazione del corso mira quindi a declinare adeguatamente l'offerta didattica in lingua inglese del dipartimento così da offrire un percorso di studi, il cui profilo in uscita è chiaramente identificabile dalle medie imprese internazionalizzate, popolazione di riferimento in chiave di placement. Inoltre, un corso su tematiche di innovazione e marketing, English-

medium e posizionato adeguatamente nel quadro dell'offerta degli studi di Management a livello internazionale garantirà agli studenti una esperienza didattica cosmopolita e multiculturale, ottenuta grazie alla capacità del corso di attrarre studentesse e studenti da diversi Paesi e da diversi contesti socio-economici. In questo modo, le dinamiche inter-culturali che si genereranno durante il percorso di studi, contribuiranno in misura significativa alla maturazione delle soft skill delle laureande e dei laureandi.



Note relative alle attività di base

R^aD



Note relative alle altre attività

R^aD



Note relative alle attività caratterizzanti

R^aD