



## Informazioni generali sul Corso di Studi

<b>Università</b>	Università degli Studi di UDINE
<b>Nome del corso in italiano</b>	Marketing, Gestione ed organizzazione Internazionali ( <i>IdSua:1593365</i> )
<b>Nome del corso in inglese</b>	International Marketing, Management and Organization
<b>Classe</b>	LM-77 - Scienze economico-aziendali
<b>Lingua in cui si tiene il corso</b>	inglese
<b>Eventuale indirizzo internet del corso di laurea</b>	<a href="https://www.uniud.it/it/didattica/corsi/area-economico-giuridica/economia/laurea-magistrale/international-marketing-management-organization">https://www.uniud.it/it/didattica/corsi/area-economico-giuridica/economia/laurea-magistrale/international-marketing-management-organization</a>
<b>Tasse</b>	<a href="http://www.uniud.it/tasse">http://www.uniud.it/tasse</a>
<b>Modalità di svolgimento</b>	a. Corso di studio convenzionale



## Referenti e Strutture

<b>Presidente (o Referente o Coordinatore) del CdS</b>	CHIARVESIO Maria
<b>Organo Collegiale di gestione del corso di studio</b>	Consiglio del corso di studio
<b>Struttura didattica di riferimento</b>	Scienze Economiche e Statistiche (Dipartimento Legge 240)

### Docenti di Riferimento

N.	COGNOME	NOME	SETTORE	QUALIFICA	PESO	TIPO SSD
1.	GEATTI	Paola		RU	1	
2.	MORETTI	Andrea		PO	1	
3.	PAGANI	Laura		PA	1	

4.	PITTINO	Daniel	PA	1
5.	TABACCO	Raffaella	RU	1
6.	VISINTIN	Francesca	PO	1

Rappresentanti Studenti	Rappresentanti degli studenti non indicati
<b>Gruppo di gestione AQ</b>	Samantha BUTTUS Maria Rosita CAGNINA Maria CHIARVESIO Paola GEATTI Laura PAGANI Nunzia RIZZITANO Raffaella TABACCO Francesca VISINTIN Filippo ZANIN
<b>Tutor</b>	Maria CHIARVESIO Andrea MORETTI Daniel PITTINO Alessandro LOMBRANO Gina ROSSI Maria Rosita CAGNINA Raffaella TABACCO Eugenio COMUZZI Filippo ZANIN Giancarlo LAUTO Valentina GUAIN Martina TOMASETIG Luca BOSCO Giulia ZENNARO Stefano COMINO



Il Corso di Studio in breve

30/05/2023

International Marketing, Management & Organization is a two-year Master of Science program (Laurea Magistrale) designed to enhance students' business education and provide a strong foundation for their career advancement. The program combines academic rigor with exposure to the business world. Internationalization, innovation, and sustainability are central to the program, both in terms of approach and study subjects.

The International Marketing, Management & Organization Master's course is the result of the evolution of the educational offerings of the Department of Economics Science and Statistics. Initially, it was a curriculum offered in English within the Laurea magistrale in Economia Aziendale. However, due to positive feedback from students and the need to create a fully English program, it became an independent Master's degree.

The Master's Degree in International Marketing, Management & Organization adopts a participatory learning approach, incorporating laboratory activities alongside traditional teaching methods. The goal is twofold: to provide students with specific and up-to-date skills demanded by the market, and to foster interaction and integration between managerial competencies and technical skills, thus enhancing employability in companies, business networks, research and

innovation centers, and consultancy firms.

The Master's Degree in International Marketing, Management & Organization: a) is the first fully English Laurea magistrale program in International Business in Friuli Venezia Giulia. b) meets the needs of a region with a strong international focus, requiring professionals with relevant skills. c) may be of interest to foreign students already residing in the region and seeking an English-language course. d) responds to the growing interest of international students in Italian higher education.

Students will develop the skills necessary to hold middle and top-management positions in international, innovative, and sustainable companies. The course prepares students for roles in various functions such as Marketing, Human Resource Management, R&D, Quality, business consulting, or entrepreneurship.

The curriculum allows students to delve into the most pressing issues facing internationalized firms today, including cross-cultural negotiation, international marketing, quality management, business process reengineering, innovation management, and international logistics.

Upon completion of the Master's program, students will be highly competitive in the contemporary job market due to their cutting-edge knowledge of specialized management topics and the skills they have developed through practical experiences, including studying in a multicultural class and working on company projects.

Link: <https://www.uniud.it/it/didattica/corsi/area-economico-giuridica/economia/laurea-magistrale/international-marketing-management-organization/corso/international-marketing-management-organization>



QUADRO A1.a

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

18/01/2018

Il progetto di istituzione del corso di Laurea Magistrale in International Marketing, Management & Organization con sede a Udine è il risultato di una riflessione di lungo periodo all'interno del corso di laurea magistrale in Economia Aziendale, frutto della pluridecennale esperienza maturata dal Dipartimento di Scienze Economiche e Statistiche sul fronte della didattica e della ricerca nell'ambito dei settori scientifico disciplinari SECS P07, P08, P10. L'istituzione della LM è tra gli obiettivi del Piano Strategico del Dipartimento 2017-2020. L'opportunità di istituire tale percorso formativo è emersa altresì durante gli incontri, anche informali, avvenuti con i principali portatori di interesse regionali e nazionali, oltre che con alcuni esponenti della gestione di imprese ed enti internazionali.

Il progetto è stato discusso e condiviso nel corso delle consultazioni svolte con i membri del Comitato di Indirizzamento (Ordine dei Dottori Commercialisti di Udine, Pordenone e Treviso, Andaf FVG e Nazionale, Uniindustria Udine e Pordenone) del corso di LM in Economia Aziendale attualmente incardinato presso la sede di Udine (anch'esso in via di nuova progettazione), nonché con ulteriori portatori di interesse coinvolti a diverso titolo (Friuli Innovazione, Finest, Insiel, Danieli).

A seguito di tali consultazioni, fermo restando l'obiettivo di creare un prodotto formativo dotato di caratteri di originalità e innovazione e, al contempo, solido sul piano didattico, le osservazioni avanzate ci hanno permesso di definire con cura i profili professionali.

Verbale Comitato Indirizzamento

Pdf inserito: [visualizza](#)



QUADRO A1.b

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

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Verbale Comitato Indirizzamento

## Esperto nella direzione e consulenza commerciale, marketing, organizzazione e risorse umane in imprese internazionali.

### funzione in un contesto di lavoro:

Il Corso di Laurea Magistrale in International Marketing, Management & Organization ha l'obiettivo di consentire l'acquisizione e lo sviluppo di competenze avanzate nell'ambito del marketing, della gestione delle risorse umane, sia nella prospettiva del soggetto interno (direzione d'azienda), sia nella prospettiva del soggetto esterno (consulente d'azienda), oltreché competenze trasversali in ambito economico, giuridico e quantitativo. Nella fattispecie, il laureato magistrale in International Marketing, Management & Organization acquisisce le logiche strategiche ed operative, le metodologie e le prassi tipiche dell'analisi e definizione delle strategie e dei modelli di business, della pianificazione e programmazione strategica ed operativa, delle politiche di marketing, di progettazione e gestione delle risorse umane, in ogni tipologia d'azienda operante in un contesto innovativo e sostenibile internazionale e/o globale; apprende, in particolare, le tecniche operative delle aziende del settore manifatturiero, dei servizi, della distribuzione e commerciale, con specifico riferimento alle caratteristiche e modalità d'uso dei prodotti utilizzati.

### competenze associate alla funzione:

Il laureato magistrale in International Marketing, Management & Organization attraverso:

- l'acquisizione di solide conoscenze nell'ambito della Strategia e Pianificazione strategica a livello corporate e a livello di business (aree strategiche di affari) nelle imprese, nei gruppi e nelle reti di imprese, nonché all'interno di consorzi e meta-organizzazioni, mediante la loro declinazione in termini di ruoli e funzioni rispetto ai complessi processi di internazionalizzazione di mercato e produttiva, di gestione delle risorse umane, ovvero di gestione dell'innovazione, anche in prospettiva di sostenibilità;
- l'apprendimento di tecniche operative nell'ambito della gestione dei processi di marketing, vendite e logistica in contesti internazionali;
- l'apprendimento di tecniche operative nell'ambito della gestione dei team organizzativi operanti nella gestione dell'innovazione in ambiti digitali e di sostenibilità;
- il conseguimento di specifiche conoscenze nell'ambito del controllo di gestione dei processi aziendali, con particolare riguardo a strumenti, caratteristiche, condizioni di funzionamento e complessità delle diverse tipologie di imprese internazionali e innovative;
- lo studio degli aspetti connessi alla misurazione dei fenomeni aziendali nelle diverse aree di gestione, ma in particolare modo nell'ambito dei processi di marketing, di innovazione e di gestione della sostenibilità;
- l'ottenimento di una preparazione interdisciplinare e multidisciplinare in ambito economico, giuridico e quantitativo;

sarà in grado di gestire con competenze di adeguato livello sia gli incarichi ottenibili presso aziende del settore manifatturiero, distributive e dei servizi (privati e pubblici), sia le funzioni proprie dell'area marketing e vendite, gestione delle risorse umane presso aziende internazionali, innovative, orientate alla sostenibilità;

sarà in grado di svolgere ruoli di natura apicale in piccole e medie imprese e/o gruppi e reti di imprese internazionali.

### sbocchi occupazionali:

Il Corso di Laurea Magistrale in International Marketing, Management & Organization offre sbocchi professionali nell'ambito delle attività direzionali delle aziende (segnatamente nell'area marketing, gestione risorse umane, ricerca e sviluppo, qualità e sostenibilità) e nell'esercizio delle libere professioni (in particolare come consulente di direzione, consulente strategico, consulente di marketing, assicuratore qualità, consulente life cycle assessment). Più nello specifico:

- nell'area delle imprese e nelle reti di imprese manifatturiere, commerciali e dei servizi il percorso di studi offre opportunità occupazionali nell'ambito della funzione marketing, vendite, risorse umane e ricerca e sviluppo, qualità e

sostenibilità;

- nell'area dei consorzi per l'innovazione e l'internazionalizzazione si aprono sbocchi occupazionali nell'ambito della consulenza in materia di gestione dell'innovazione, delle modalità di protezione dei marchi e dei brevetti;
- nell'area della qualità e sostenibilità offre rilevanti opportunità d'impiego, specie per le professioni connesse alla gestione dei processi di certificazione della qualità, della qualità ambientale, del life cycle assessment;

il laureato potrà, altresì, scegliere la libera professione, nell'ambito della consulenza aziendale in particolare negli ambiti del marketing, della gestione delle risorse umane, nonché come assicuratore di qualità, certificatore ambientale, consulente indipendente, in conformità ai requisiti disciplinari previsti dall'ordinamento per tali professioni. E' presente in modo specifico lo sbocco verso il ruolo di consulente strategico e direzionale nei contesti internazionali;

il laureato potrà operare all'interno di uffici studi per quanto attiene alle tematiche di analisi dei mercati internazionali, delle ricerche di mercato, di evoluzione delle caratteristiche delle professioni e dei "lavori", ed più in generale nei centri studi di natura economica e manageriale;

il laureato è attrezzato culturalmente, scientificamente e professionalmente per lo sviluppo di percorsi imprenditoriali autonomi e/o in forma societaria.



QUADRO A2.b

Il corso prepara alla professione di (codifiche ISTAT)

1. Specialisti della gestione e del controllo nelle imprese private - (2.5.1.2.0)
2. Specialisti in risorse umane - (2.5.1.3.1)
3. Specialisti dell'organizzazione del lavoro - (2.5.1.3.2)
4. Specialisti nell'acquisizione di beni e servizi - (2.5.1.5.1)
5. Specialisti nella commercializzazione di beni e servizi (escluso il settore ICT) - (2.5.1.5.2)
6. Analisti di mercato - (2.5.1.5.4)



QUADRO A3.a

Conoscenze richieste per l'accesso

14/02/2018

Per essere ammessi a un corso di laurea magistrale occorre essere in possesso di una laurea (ex DM 509 e/o DM 270 o ordinamenti previgenti) del diploma universitario di durata triennale, ovvero di altro titolo di studio conseguito all'estero, riconosciuto idoneo. Lo studente deve essere in possesso dei seguenti requisiti curriculari:

almeno 48 crediti negli ambiti disciplinari economico, aziendale, quantitativo e giuridico, con un minimo di 24 CFU in ambito aziendale. Gli ambiti sono definiti come segue:

- ambito economico: SSD SECS-P/01, SECS-P/02, SECS-P/03, SECS-P/04, SECS-P/05, SECS-P/06, SECS-P12;
- ambito aziendale: SSD SECS-P/07, SECS-P/08, SECS-P/09, SECS-P/10, SECS-P11, SECS-P13, ING-IND/35;
- ambito quantitativo: SSD SECS-S/01, SECS-S/02, SECS-S/03, SECS-S/04, SECS-S/05, SECS-S/06, MAT/05, MAT/06,

MAT/08, MAT/09;

- ambito giuridico: SSD IUS/01, IUS/04, IUS/07, IUS/12, IUS/09;

livello B2 lingua inglese

Lo studente deve inoltre possedere le seguenti conoscenze:

- la conoscenza della micro e della macroeconomia;
- la conoscenza della matematica generale, della matematica finanziaria e della statistica;
- la conoscenza del diritto privato e del diritto commerciale;
- la conoscenza specifica dei profili concettuali, tecnico-operativi, giuridici e quantitativi relativi alle aree di amministrazione e controllo e di management e organizzazione.
- la conoscenza dello specifico lessico economico in lingua inglese.

Tali conoscenze e l'adeguatezza della personale preparazione degli studenti, nonché la capacità di utilizzare la lingua inglese ad un livello avanzato, verranno verificate da una apposita commissione del Consiglio di corso di studi.

Il dettaglio delle modalità di verifica è contenuto nel Regolamento didattico del corso di studio.



QUADRO A3.b

Modalità di ammissione

06/06/2023

The requirements to be eligible for admission differ for students with Italian undergraduate degree and students with foreign degree.

Students with foreign degree: must have completed at least a relevant Bachelor's education (i.e., bachelor degree with a major in economics, business, management). Students admitted must produce Proof of English Proficiency - B2.

Fulfillment of the above requirements, in addition to other relevant personal experience and competency, as well as a demonstrated ability to use English at level B2 or above will be verified by the advisor committee.

The students interested in obtaining the Double Degree program offered in partnership with Carinthia University of Applied Sciences/CUAS must participate in the selection process according to the access methods defined by the agreement with the foreign university, as published on the webpage of the study program at [www.uniud.it/it/international-marketing-management-organization](http://www.uniud.it/it/international-marketing-management-organization). The selected students will be required to complete the activities and credits established by the agreement during their Erasmus mobility period at the partner university

Studenti con titolo di studio italiano: requisiti

- almeno 48 crediti negli ambiti disciplinari economico, aziendale, quantitativo e giuridico, con un minimo di 24 cfu in ambito aziendale. Gli ambiti sono definiti come segue:

- ambito economico: SSD SECS-P/01, SECS-P/02, SECS-P/03, SECS-P/04, SECS-P/05, SECS-P/06, SECS-P/12;

- ambito aziendale: SSD SECS-P/07, SECS-P/08, SECS-P/09, SECS-P/10, SECS-P/11, SECS-P/13, ING-IND/35.

- ambito quantitativo: SSD SECS-S/01, SECS-S/02, SECS-S/03, SECS-S/04, SECS-S/05, SECS-S/06, MAT/05, MAT/06, MAT/08, MAT/09;

- ambito giuridico: SSD IUS/01, IUS/04, IUS/07, IUS/09, IUS/12;

- livello di conoscenza della lingua inglese B2;

- conoscenza della micro e della macroeconomia;

- conoscenza della matematica generale, della matematica finanziaria e della statistica;

- conoscenza del diritto privato e del diritto commerciale;
- conoscenza specifica dei profili concettuali, tecnico-operativi, giuridici e quantitativi relativi alle aree di amministrazione e controllo e di management e organizzazione;
- conoscenza dello specifico lessico economico in lingua inglese.

Tali conoscenze e l'adeguatezza della personale preparazione, nonché la capacità di utilizzare la lingua inglese ad un livello avanzato, saranno verificate da una apposita commissione del Consiglio di corso di studi.

Sono esonerati da tale prova o colloquio i candidati che abbiano riportato, nell'esame di laurea, una votazione pari o superiore a 90/110.

Gli studenti interessati a conseguire il Double Degree attivato con la Carinthia University of Applied Sciences/CUAS, dovranno partecipare alla selezione secondo le modalità di accesso definite dalla convenzione con l'Università straniera e pubblicate nella pagina web del corso di studio [www.uniud.it/it/international-marketing-management-organization](http://www.uniud.it/it/international-marketing-management-organization). Gli studenti selezionati dovranno sostenere presso l'Università partner le attività e i CFU previsti dalla Convenzione nell'ambito della mobilità Erasmus.

Link: <https://www.uniud.it/it/didattica/segreteria-studenti/manifesti-degli-studi/elenco>



19/01/2018

Gli obiettivi formativi del corso consentono di definire un profilo professionale capace di ricoprire ruoli intermedi e apicali, nel campo della gestione di imprese internazionali, innovative e sostenibili, in ambito di gestione della funzione marketing, gestione delle risorse umane, sviluppo e qualità nelle imprese, nelle reti e gruppi di impresa, nei consorzi, nonché nel settore della consulenza aziendale.

L'insieme degli insegnamenti proposti è rivolto alla comprensione dei fenomeni che connotano la gestione dei processi di internazionalizzazione ed innovazione tecnologica nelle aziende, in prospettiva economico-aziendale. Tale prospettiva integrata nell'intero percorso formativo, si specifica inoltre nell'offerta di insegnamenti mirati a: i processi di supporto operativo alle attività di negoziazione, vendita e logistica internazionale; i processi di gestione della digitalizzazione dei processi internazionali; la gestione dei processi di qualità e di sostenibilità. Gli studenti conseguiranno inoltre competenze approfondite in ambito giuridico, tecnico operativo e misurativo dei processi oggetto del corso.

Le aree tematiche di apprendimento sono di seguito indicate.

- Economico-Aziendale. Si affrontano i temi relativi alla vision e alla prospettiva strategica delle imprese nonché la gestione dei processi di internazionalizzazione delle aziende dal punto di vista marketing, vendite e logistica; gestione dei processi, organizzazione e selezione del personale e gestione della innovazione e del cambiamento organizzativo; utili inoltre, in questa prospettiva, sono le conoscenze dei processi di controllo di gestione connessi ai fenomeni indagati in contesti complessi in cui agiscono;
- Giuridica. Si delineano le conoscenze volte alla comprensione dei profili dei contratti internazionali (ad es. vendita, trasporto, servizio, agenzie, trading, licenza) e della protezione del valore delle conoscenze immateriali quali marchi e brevetti e, più in generale, dei rapporti economici intercorrenti tra i diversi operatori (pubblici e privati);
- Matematico-Statistico. Si rafforzano le competenze di carattere quantitativo e gli strumenti specialistici per la misurazione dei fenomeni economico-aziendali in particolare per gli aspetti inferenziali, di definizione delle ricerche di mercato, di misura dei fenomeni connessi ai big data.

Inoltre, quali elementi distintivi e caratterizzanti del corso di studio, verranno presentati e approfonditi argomenti e indagini relative alle discipline connesse con le relazioni di mercato con comparazioni internazionali nonché di comunicazione nei

contesti digitali, di gestione delle risorse umane nei processi di innovazione, la negoziazione in contesti culturali internazionali (anche in ambito delle imprese commerciali) per le imprese operanti nei comparti manifatturieri e di servizio.

- Rilevante è l'aspetto laboratoriale dell'offerta formativa:

Laboratory of Mathematics and Statistics; Laboratory of Business Strategies Policies; Laboratory of Negotiation in Cross Cultural Business Environment; Laboratory of Business Analytics & Big Data; Laboratory of New Digital technology and Coding for Business; Laboratory of Business Process Reengineering and Project Management.

- L'uso dei "casi studio" come strumento di apprendimento sarà presente in:

Strategy & Business Models; Leading Change for Organizational Renewal, Management Teams for Innovation; Innovation Management; International Management; Advanced Management Control.

- Rilevante è l'utilizzo di tirocini formativi nazionali/internazionali

Al termine del percorso formativo, lo studente, giovandosi vuoi dell'insieme dei contenuti offerti, vuoi delle conoscenze linguistiche e delle esperienze di tirocinio maturate, sarà in possesso di competenze specialistiche e funzionali all'accesso nel mercato del lavoro indicato.

Si evidenzia inoltre che il corso, erogato completamente in lingua inglese, è un unicum per l'intero territorio regionale. A livello più allargato si rileva che l'offerta di corsi di laurea magistrale della stessa classe (ed in classi affini) nell'area del Nord-est, pur esistenti sono limitate a due casi. Dall'analisi effettuata risulta che le ulteriori offerte sul territorio, sono limitate esclusivamente a curricula erogati in inglese.

 **QUADRO**  
A4.b.1  


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

<b>Conoscenza e capacità di comprensione</b>	<p>Lo studente per effetto dell'acquisizione della Laurea Magistrale in Innovation Marketing, Management &amp; Organization avrà maturato una serie di conoscenze specialistiche diversamente contraddistinte. Da un lato, avrà appreso conoscenze specialistiche dei processi economici e gestionali presenti all'interno delle aziende operanti in contesti internazionali complessi, anche in termini di innovazione tecnologica: Ciò avverrà attraverso lo studio dei profili gestionali, organizzativi, di controllo, giuridici e statistico-matematici che connotano tali ambiti. Lo studente si sarà, inoltre, perfezionato nell'analisi degli aspetti tecnico operativi caratterizzanti le attività svolte dalle aziende agenti nel campo della produzione di valore di tipo manifatturiero, commerciale e di servizio.</p> <p>Il combinato disposto dei due ambiti descritti (e sviluppati attraverso l'utilizzo di aggiornati e innovativi testi di riferimento ed in forma di apprendimento laboratoriale) consente allo studente di disporre di una serie di conoscenze di avanguardia nella gestione dei profili professionali di riferimento per il corso di studio. La capacità di comprensione viene testata principalmente attraverso verifiche realizzate: alla conclusione dei singoli insegnamenti (per effetto della tradizionale prova di esame), a livello intermedio, tramite esercitazioni, lavori di gruppo. Inoltre forte enfasi è presente nei laboratori conoscitivi, che, attraverso differenti gradi di interazione con i docenti, esperti esterni e gli ulteriori studenti,</p>	
--	---	--

consentano una puntuale e completa disamina delle abilità progressivamente acquisite attraverso lo studio individuale e la partecipazione alle lezioni.

**Capacità di applicare conoscenza e comprensione**

Gli obiettivi formativi del corso di studio sono volti in larga misura a creare specifiche capacità presso i laureati, in termini di concreta applicazione delle conoscenze apprese. Le competenze maturate dovranno permettere ai laureati magistrali di elaborare e proporre soluzioni autonome e originali relativamente ai problemi che connoteranno l'ambito professionale di inserimento.

Tali competenze verranno testate principalmente attraverso verifiche realizzate non solo alla conclusione dei singoli insegnamenti (per effetto della tradizionale prova di esame), ma anche a livello intermedio, attraverso differenti gradi di interazione con i docenti dei corsi (es. attività laboratoriali, seminari, casi studio, attività di ricerca intervento con imprese, ecc.)

Nello specifico gli studenti dovranno:

- redarre delle relazioni scientifiche su argomenti specifici legati ai temi trattati nel corso e presentarle pubblicamente i contenuti;
- pianificare, sviluppare e gestire progetti di gruppo di una certa complessità;
- applicare le metodologie e le tecniche proposte nell'ambito degli insegnamenti a casi aziendali.

▶ **QUADRO**  
A4.b.2

**Conoscenza e comprensione, e Capacità di applicare conoscenza e comprensione: Dettaglio**

**Area Aziendale**

**Conoscenza e comprensione**

L'insieme degli insegnamenti di natura aziendale risulta particolarmente ampio permettendo allo studente la maturazione di una serie di conoscenze specialistiche diversamente contraddistinte. Da un lato, avrà appreso conoscenze dei processi economici e gestionali presenti all'interno delle aziende operanti in contesti internazionali complessi, anche in termini di innovazione tecnologica. Ciò avverrà attraverso lo studio dei profili di marketing, gestionali, organizzativi, di controllo, che connotano tali ambiti. Lo studente si sarà, inoltre, perfezionato nell'analisi degli aspetti tecnico operativi caratterizzanti le attività svolte dalle aziende agenti nel campo della produzione di valore di tipo manifatturiero, commerciale e di servizio nei contesti internazionali.

Il combinato disposto dei due ambiti descritti (e sviluppati attraverso l'utilizzo di aggiornati e innovativi testi di riferimento ed in forma di apprendimento laboratoriale) consente allo studente di disporre di una serie di conoscenze di avanguardia nella gestione dei profili professionali di riferimento per il corso di studio.

La sequenza nella proposizione degli insegnamenti è tale da garantire una progressiva conoscenza e comprensione specialistica dei principali profili e delle principali aree di gestione problematica dei contesti relativi alle imprese e ai sistemi di imprese internazionalizzate. La possibilità di partecipare a attività laboratoriali, attività di progetto, stage e tirocini, di frequente richiesti dagli operatori di mercato, unitamente alla verifica della regolarità della carriera rappresentano una concreta modalità di riscontro della capacità creatasi in capo agli studenti circa la comprensione degli insegnamenti di area aziendale.

## Capacità di applicare conoscenza e comprensione

La possibilità di garantire ai laureati magistrali un approccio professionale alle mansioni attinenti alle future occupazioni deriva dall'acquisizione di una serie di significative competenze nell'ambito, dapprima nelle funzioni marketing, gestione operativa, organizzazione e gestione delle risorse umane delle imprese e dei sistemi di imprese nei contesti internazionalizzati. Le abilità che i laureati magistrali saranno in grado di esprimere dovrebbero loro consentire di comprendere e risolvere i problemi strategici ed operativi complessi riferibili a diversi tipi di imprese, sistemi di imprese e contesti internazionalizzati: ciò attraverso l'autonoma capacità di elaborare, prospettare e argomentare le scelte individuate come adatte.

Tali competenze verranno testate principalmente attraverso verifiche realizzate con prove non solo alla conclusione dei singoli insegnamenti, ma anche a livello intermedio nonché con attività laboratoriali, seminariali, casi studio, attività di ricerca intervento con imprese, ecc. Nello specifico gli studenti saranno impegnati: nella redazione di relazioni scientifiche su argomenti specifici legati ai temi trattati negli insegnamenti e a presentarne pubblicamente i contenuti; nella pianificazione, sviluppo e gestione di progetti di gruppo di una certa complessità; nella applicazione di metodologie e tecniche proposte nell'ambito degli insegnamenti a specifici casi aziendali.

Si ritiene che il taglio conferito, principalmente agli insegnamenti core il corso di laurea magistrale, permetta di governare con capacità ruoli di middle management ed in prospettiva ruoli apicali.

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

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

ADVANCED MANAGEMENT & CONTROL [url](#)

ENVIRONMENTAL & RESOURCE ECONOMICS [url](#)

INNOVATION MANAGEMENT [url](#)

INTEGRATED REPORTS & ENVIRONMENTAL ACCOUNTING [url](#)

INTERNATIONAL MANAGEMENT [url](#)

INTERNATIONAL SALES & LOGISTICS [url](#)

LABORATORY OF BUSINESS PROCESS REENGINEERING AND PROJECT MANAGEMENT [url](#)

LABORATORY OF BUSINESS STRATEGIES AND POLICIES [url](#)

LABORATORY OF NEGOTIATION IN CROSS CULTURAL BUSINESS ENVIRONMENT [url](#)

LEADING CHANGE FOR ORGANIZATIONAL RENEWAL [url](#)

MANAGING TEAMS FOR INNOVATION [url](#)

QUALITY MANAGEMENT [url](#)

RELATIONSHIP MARKETING AND SOCIAL MEDIA [url](#)

RESEARCH TOOLS FOR MARKETING [url](#)

STRATEGY & BUSINESS MODELS [url](#)

TIROCINIO [url](#)

## Area Matematico - Statistica - Informatica

### Conoscenza e comprensione

Le conoscenze derivanti dalla proposizione degli insegnamenti afferenti all'area matematico – statistica ed informatica sono relative alla misurazione quantitativa di fenomeni economico – aziendali e alla codificazione delle informazioni attraverso software, attraverso varie declinazioni. In particolare, per consentire analisi di tipo matematico – statistico applicabili ai contenuti propri di altri insegnamenti presenti nel percorso formativo, il laureato magistrale acquisirà nozioni relative alle serie storiche, alla statistica inferenziale e all'analisi multivariata; dovrà inoltre possedere competenze in tema di coding nei contesti di riferimento per la business intelligence e il business analytic. La capacità di comprensione delle diverse discipline a cui si riferiscono i suddetti contenuti verrà verificata progressivamente attraverso la somministrazione di lezioni sia di carattere teorico, sia di natura applicativa e operativa: a ciò si accompagnerà la richiesta di procedere alla stesura di elaborazioni nel corso della fase di studio individuale, che presuppurranno a successivi momenti di confronto e di accertamento in aula. E' previsto l'utilizzo di avanzati e specifici tool informatici per lo sviluppo di esercitazioni e casi.

## Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Attraverso la progressiva conoscenza di modelli matematico – statistici e informatici, a complessità crescente, e la loro sistematica applicazione operativa si creeranno nei laureati specialistici adeguate competenze necessarie per affrontare problemi di valutazione e supporto per le decisioni negli ambiti aziendali core del corso quali le analisi di marketing, management e organization nei contesti e nelle imprese internazionalizzare. Lo sviluppo di tali capacità permetterà la realizzazione autonomia di analisi di carattere quantitativo in differenti ambiti professionali, utilizzando metodi e strumenti anche di natura informatica, oltre che ad essere in grado di interpretare gli output conseguiti.

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

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

LABORATORY OF BUSINESS ANALYTICS & BIG DATA [url](#)

LABORATORY OF NEGOTIATION IN CROSS CULTURAL BUSINESS ENVIRONMENT [url](#)

LABORATORY OF STATISTICS AND MATHEMATICS [url](#)



QUADRO A4.c

Autonomia di giudizio  
Abilità comunicative  
Capacità di apprendimento

### Autonomia di giudizio

Il percorso formativo della Laurea Magistrale in International Marketing, Management & Organization consente l'acquisizione di conoscenze e capacità utili al fine di: analizzare e interpretare, con fondamento e rigore metodologico, informazioni di carattere descrittivo qualitativo riguardanti problematiche aziendali connesse con i processi di internazionalizzazione, gestione dell'innovazione; identificare e applicare soluzioni a specifici problemi gestionali, ricorrendo all'uso di dati preventivamente raccolti; elaborare e formulare giudizi autonomi rispetto a fattispecie operative di natura interdisciplinare. Lo sviluppo di abilità specialistiche specifiche di valutazione e giudizio relative a differenti ambiti professionali, viene garantita dal corso di studio attraverso il ricorso ad attività laboratoriali, esercitazioni, lavori di gruppo, esame finale, per le singole discipline impartite.

Tali verifiche rappresentano dei momenti di rielaborazione di informazioni, di formulazione di soluzioni e strategie operative, di sviluppo di capacità di relazione all'interno di gruppi strutturati e, in definitiva, costituiscono i fondamentali presupposti nei processi di elaborazione di costrutti concettuali autonomi e originali.

### Abilità comunicative

La capacità degli studenti di reggere contraddittori, di trasmettere con chiarezza ed efficacia informazioni, idee, problemi e soluzioni rispetto a fenomeni economici generali e a particolari fattispecie aziendali rappresentano degli obiettivi non secondari per il corso di studio. La trattazione di casi, il sostenimento di prove orali, la presentazione di un elaborato finale, la discussione di lavori di gruppo assegnati, costituiscono di conseguenza un

	<p>efficace banco di prova attraverso il quale testare le abilità nell'illustrazione e nella comunicazione di contenuti specialistici ed avanzati, contraddistinti da un adeguato rigore scientifico nell'esposizione e ciò sia nei confronti di interlocutori dotati di competenze specialistiche, sia nei confronti di interlocutori con competenze diverse. Al fine di consentire una più efficace comprensione nei destinatari delle comunicazioni, specie a fronte di informazioni di carattere quantitativo o comunque di natura complessa, si incentivano gli studenti all'uso di supporti informatici volti a rendere più chiara l'esposizione dei temi trattati.</p>	
<b>Capacità di apprendimento</b>	<p>Il laureato magistrale in International Marketing, Management &amp; Organization deve consolidare una serie di conoscenze in ambito aziendale, a carattere multidisciplinare, per poi affinare la preparazione rispetto ai temi dell'internazionalizzazione delle imprese e dei mercati, della gestione dei processi di innovazione, di gestione della qualità in prospettiva sostenibile, con specifico riferimento ai profili tecnici, giuridici e matematico - statistici dei prodotti offerti e dei processi gestiti. In particolare, l'insieme delle verifiche realizzate nel corso dell'intera carriera (esame finale, lavori di gruppo, esercitazioni individuali, ecc.) permettono di misurare le capacità dello studente circa gli approfondimenti e la comprensione di singoli argomenti, lo sviluppo di idee originali, il confronto con le opinioni espresse dal docente e dai colleghi.</p>	

 **QUADRO A4.d** | **Descrizione sintetica delle attività affini e integrative**

30/05/2023

Nel rispetto degli obiettivi formativi qualificanti la Classe LM-77, Scienze Economico-Aziendali, in relazione ai profili professionali formati dal Corso di International Marketing, Management & Organization, sono identificate tra le attività affini e integrative attività che assicurino una formazione multi e interdisciplinare, nonché articolata, a partire anche da discipline già comprese tra le attività caratterizzanti. Discipline che attengono alla dimensione economico-finanziaria dell'impresa e di gestione dei processi sono coerenti con gli obiettivi di corretta e adeguata preparazione di figure manageriali nell'ambito di imprese internazionalizzate o società di consulenza. Discipline di natura tecnico-merceologica supportano la declinazione specialistica di queste figure professionali in ambiti quali quelli della qualità o sostenibilità. Discipline di ambito quantitativo, matematico e statistico qualificano profili con forte sensibilità verso l'analisi dei dati aziendali e del contesto di riferimento. Le discipline di ambito giuridico completano e complementano la preparazione orientata soprattutto agli ambiti manageriali.



11/01/2018

La prova finale costituisce la conclusione logica del percorso formativo magistrale. Essa consiste nella produzione di un lavoro scientifico (redatto in inglese), corredato da un'adeguata ricerca bibliografica, caratterizzato da elementi di rilevanza, rigore metodologico, originalità e sviluppato dallo studente sotto la guida di un relatore. Il lavoro viene sviluppato sulle aree tematiche peculiari del corso di laurea e deve dimostrare il livello di competenze specialistiche conseguite dallo studente. L'impegno richiesto allo studente per la prova finale corrisponde a 18 cfu integrate con attività di preparazione per la redazione della stessa in misura di 6 cfu.



06/06/2023

La prova finale ha l'obiettivo di stimolare l'acquisizione di competenze specialistiche e trasversali avanzate attraverso l'approfondimento di temi specifici in autonomia organizzativa e con la supervisione tecnico-scientifica del relatore. La tesi di laurea verrà discussa davanti ad un'apposita commissione formata dai docenti del corso. Alla tesi vengono attribuiti 18 cfu e al fine di rendere completa la preparazione finale, sono previsti ulteriori attività formative (tirocinio) per un totale di 6 cfu. Alla tesi finale viene attribuito un valore da 0 a 11 punti, la lode può essere attribuita subordinatamente alla valutazione da parte della Commissione di laurea sia della tesi, sia dell'intera carriera dello studente. I dettagli relativi alla prova finale sono contenuti nel regolamento didattico del corso e pubblicati nel sito di ateneo.

The final exam aims to stimulate the acquisition of advanced specialist and interdisciplinary skills through an in-depth study of specific topics with organizational autonomy and under the technical-scientific supervision of the advisor. The thesis will be defended in front of a dedicated committee composed of professor of the faculty. The thesis carries 18 credits (CFU), and in order to complete the final preparation, additional educational activities (internship) worth a total of 6 CFU are required. The final thesis is assigned a score ranging from 0 to 11, and honors can be awarded based on the evaluation by the Examination Board, taking into consideration both the thesis and the student's overall academic performance. The details regarding the final exam can be found in the educational regulations of the course and published on the university's website.

Link: <https://www.uniud.it/it/didattica/corsi/area-economico-giuridica/economia/laurea-magistrale/international-marketing-management-organization/laurearsi/regolamento-esame-laurea>

Attività caratterizzanti	settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
Aziendale	SECS-P/08 Economia e gestione delle imprese	57	39	39 - 39
	↳ STRATEGY & BUSINESS MODELS (1 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl			
	↳ INTERNATIONAL MANAGEMENT (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl			
	↳ INNOVATION MANAGEMENT (2 anno) - 6 CFU - obbl			
	↳ INTERNATIONAL SALES & LOGISTICS (2 anno) - 6 CFU - obbl			
	↳ MANAGEMENT FOR SUSTAINABLE BUSINESSES (2 anno) - 6 CFU - obbl			
	↳ RELATIONSHIP MARKETING AND SOCIAL MEDIA (2 anno) - 6 CFU - obbl			
	SECS-P/10 Organizzazione aziendale			
	↳ LEADING CHANGE FOR ORGANIZATIONAL RENEWAL (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl			
↳ MANAGING TEAMS FOR INNOVATION (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl				
↳ LABORATORY OF NEGOTIATION IN CROSS CULTURAL BUSINESS ENVIRONMENT (2 anno) - 6 CFU - obbl				
Economico	SECS-P/06 Economia applicata	12	12	12 - 12
	↳ INTERNATIONAL ECONOMICS (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl			
↳ LABORATORY OF BUSINESS STRATEGIES AND POLICIES (2 anno) - 6 CFU - obbl	9	9	9 - 9	
Statistico-matematico				SECS-S/03 Statistica economica
	↳ LABORATORY OF STATISTICS AND MATHEMATICS (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl			
SECS-S/06 Metodi matematici dell'economia e delle scienze attuariali e finanziarie	9	9	9 - 9	
↳ LABORATORY OF STATISTICS AND MATHEMATICS (1 anno) - 3 CFU - semestrale - obbl				

Giuridico	IUS/04 Diritto commerciale	6	6	6 - 6
	↳ <i>INTERNATIONAL COMMERCIAL, BRAND &amp; PATENT LAW (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>			
<b>Minimo di crediti riservati dall'ateneo: - (minimo da D.M. 48)</b>				
<b>Totale attività caratterizzanti</b>			66	66 - 66

Attività affini	settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
Attività formative affini o integrative	AGR/01 Economia ed estimo rurale	48	18	18 - 18 min 12
	↳ <i>ENVIRONMENTAL &amp; RESOURCE ECONOMICS (2 anno) - 6 CFU - obbl</i>			
	ING-IND/35 Ingegneria economico-gestionale			
	↳ <i>LABORATORY OF BUSINESS PROCESS REENGINEERING AND PROJECT MANAGEMENT (2 anno) - 6 CFU - obbl</i>			
	ING-INF/05 Sistemi di elaborazione delle informazioni			
	↳ <i>LABORATORY OF CODING FOR DATA ANALYTICS (2 anno) - 6 CFU - obbl</i>			
	IUS/14 Diritto dell'unione europea			
	↳ <i>INTERNATIONAL COMMERCIAL, BRAND &amp; PATENT LAW (1 anno) - 3 CFU - semestrale - obbl</i>			
SECS-P/07 Economia aziendale	↳ <i>ADVANCED MANAGEMENT &amp; CONTROL (1 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i>			
	↳ <i>INTEGRATED REPORTS &amp; ENVIRONMENTAL ACCOUNTING (2 anno) - 6 CFU - obbl</i>			
	SECS-P/13 Scienze merceologiche			
↳ <i>QUALITY MANAGEMENT (2 anno) - 6 CFU - obbl</i>				

SECS-S/01 Statistica			
↳ LABORATORY OF BUSINESS ANALYTICS & BIG DATA (2 anno) - 6 CFU - obbl			
<b>Totale attività Affini</b>		18	18 - 18

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

<b>CFU totali per il conseguimento del titolo</b>	<b>120</b>	
<b>CFU totali inseriti</b>	120	120 - 120