



ESTRATTO DEL REGOLAMENTO DIDATTICO DEL CORSO DI LAUREA MAGISTRALE IN INTERNATIONAL MARKETING, MANAGEMENT AND ORGANIZATION

<https://www.uniud.it/it/didattica/info-didattiche/regolamento-didattico-del-corso/LM-international-marketing-management-organization/Testo/anno-accademico-2021-2022/view>

Classe di laurea magistrale LM-77
Dipartimento di Scienze Economiche e Statistiche

Art. 7: Attività formative relative alla preparazione della prova finale

1. La prova finale consiste nella preparazione e discussione di una tesi di laurea elaborata in modo originale sotto la guida di un relatore. I contenuti devono essere coerenti con gli obiettivi formativi del corso.
2. Il numero di crediti da attribuire alla prova finale è definito nell'allegato B1 del presente Regolamento.
3. I criteri per l'attribuzione del punteggio finale sono declinati come segue: a) Media dei voti acquisiti negli insegnamenti del biennio, esclusi stage, prove di idoneità e insegnamenti in sovrannumero, ponderata per il peso specifico espresso in cfu. b) Qualità dell'elaborato, atta a stimolare l'acquisizione di competenze specialistiche e trasversali attraverso l'approfondimento di temi specifici in autonomia organizzativa e con la supervisione tecnico-scientifica di un docente. Il valore da attribuire va da 0-11, sulla base del giudizio del relatore e della Commissione di laurea. La Commissione ha la possibilità di respingere il candidato qualora la dissertazione sia ritenuta insoddisfacente. L'attribuzione della lode è subordinata al conseguimento di una delle seguenti condizioni: 1) raggiungimento di un punteggio finale >110; 2) valutazione della tesi e della carriera. L'attribuzione della lode richiede il parere favorevole di tutti i componenti della Commissione.