

---

Regolamento didattico Corso di Laurea Triennale in *Marketing e Comunicazione d'Azienda (L-18)*  
*a.a. 2024-2025*

REGOLAMENTO DIDATTICO DEL  
*Corso di Studio Triennale in*  
*Marketing e Comunicazione d'Azienda*  
*Classe L-18*  
*a.a. 2024-2025*

---

**Regolamento didattico Corso di Laurea Triennale in *Marketing e Comunicazione d'Azienda (L-18)***  
***a.a.2024-2025***

## SOMMARIO

Art. 1 – Indicazioni generali del Corso di Studio.....	
Art. 2 – Obiettivi formativi specifici, risultati di apprendimento attesi e sbocchi occupazionali.....	
Art. 3 – Requisiti di ammissione e modalità di verifica della preparazione iniziale.....	
Art. 4 – Descrizione del percorso formativo e dei metodi di accertamento.....	
Art. 5 – Trasferimenti in ingresso e passaggi di corso.....	
Art. 6 – Opportunità offerte durante il percorso formativo.....	
Art. 7 – Prova finale.....	
Art. 8 – Assicurazione della qualità.....	
Art. 9 – Norme finali.....	

---

Regolamento didattico Corso di Laurea Triennale in *Marketing e Comunicazione d'Azienda (L-18)*

a.a.2024-2025

**Art. 1 – Indicazioni generali del Corso di Studio**

1. Il presente Regolamento didattico definisce gli aspetti organizzativi, didattici e gestionali del corso di studio in Marketing e Comunicazione d'Azienda (L-18 in Scienze dell'economia e della gestione aziendale - D.M. 270/2004), nel rispetto della libertà d'insegnamento, nonché dei diritti-doveri dei docenti e degli studenti e in conformità al Regolamento Didattico di Ateneo (RAD) e alle linee guida predisposte dal Presidio di Qualità di Ateneo (PQA) nella riunione del 18 aprile 2023.
2. Il corso di studio è incardinato presso il Dipartimento di Economia, Management e Diritto dell'Impresa. Largo Abbazia Santa Scolastica 53 – Bari (d'ora innanzi, "DEMEDI"). Le informazioni relative al corso di studio sono consultabili sul sito web all'indirizzo [Marketing e Comunicazione d'Azienda – Economia, Management e Diritto dell'Impresa \(uniba.it\)](http://Marketing_e_Comunicazione_d'Azienda_-_Economia_Management_e_Diritto_dell'Impresa(uniba.it))
3. Il Regolamento Didattico del Corso di Laurea Triennale in Marketing e Comunicazione d'Azienda è redatto in conformità all'Ordinamento didattico approvato dagli organi competenti ed è valido a partire dalla coorte a.a. 2024/2025.
4. Il Coordinatore del Corso di studio è il prof. Fabrizio Baldassarre. L'organo di gestione è il Consiglio di Corso di Studio in Marketing e Comunicazione d'Azienda.
5. Le lezioni del corso di studio sono erogate in lingua italiana, ma gli studenti hanno la possibilità di introdurre insegnamenti in lingua inglese fra quelli opzionali (rientranti nelle attività a scelta) quelli eventualmente erogati in lingua inglese dall'offerta formativa del DEMEDI e/o dell'Università degli Studi di Bari Aldo Moro.

**Art.2 - Obiettivi formativi specifici, risultati di apprendimento attesi e sbocchi occupazionali**

**1. I principali obiettivi formativi del corso di laurea sono:**

- Fornire le conoscenze teoriche e pratiche per gestire con successo sfide e opportunità che sorgono nella gestione dei mercati di sbocco delle imprese.
  - Sviluppare e rafforzare le risorse e le competenze nella gestione del rapporto con i consumatori.
  - Formare figure professionali junior necessarie per l'analisi dei mercati, della concorrenza e per la definizione di un'offerta aziendale che soddisfi le esigenze dei consumatori.
2. Il percorso formativo fornirà allo studente un bagaglio di conoscenze di base aziendali e specificatamente di marketing, che consentiranno di poter comprendere i cambiamenti dei mercati e del mondo aziendale. Lo/La studente/studentessa in Marketing e Comunicazione d'Azienda al completamento del suo percorso di studi sarà in grado di:
- comprendere i fenomeni alla base della gestione d'impresa;
  - svolgere analisi di mercato e strutturare indagini presso i consumatori volte a comprendere i fenomeni sociali ed economici alla base delle scelte di acquisto;
  - elaborare strategie e tecniche operative volte alla soddisfazione delle esigenze sia dei consumatori sia delle imprese.
3. **Sbocchi occupazionali e professionali**  
Il/la laureato/laureata in Marketing e Comunicazione d'Azienda potrà ricoprire posizioni di responsabilità nelle funzioni marketing, vendite, acquisti e logistica dei diversi settori.  
In particolare, il manager aziendale sarà in grado di:
- operare nell'area marketing e vendite, pianificazione e controllo, organizzazione e comunicazione dell'impresa;

---

## Regolamento didattico Corso di Laurea Triennale in *Marketing e Comunicazione d'Azienda (L-18)*

### **a.a.2024-2025**

- partecipare ad attività di pianificazione strategica e di controllo;
- studiare il mercato (segmentazione, posizionamento del prodotto e dell'impresa);
- progettare e rendere esecutive le strategie commerciali dell'azienda e di promozione dei prodotti;
- analizzare dati relativi alle performance aziendali in modo da migliorare e rendere più efficace la strategia aziendale.

Potrà anche svolgere attività di consulenza nelle imprese e in ambito professionale in agenzie di comunicazione.

In tal caso il manager sarà in grado:

- partecipare alle attività di gestione e pianificazione dell'impresa;
- sviluppare piani di marketing e comunicazione volti al raggiungimento degli obiettivi aziendali;
- analizzare la concorrenza;
- realizzare campagne di comunicazione offline e online.

#### **Competenze associate alla funzione:**

Le competenze associate alle funzioni delle figure professionali formate dal corso di studi sono di natura manageriale, economica e organizzativa.

Nello specifico sono richieste:

- competenze di marketing per analisi di mercato e sviluppo di piani volti al posizionamento e al miglioramento delle quote di mercato;
- competenze manageriali nell'ambito della gestione d'impresa;
- competenze di gestione di progetti e di lavoro in team;
- competenze trasversali di natura comunicativa/relazionale.

#### **Sbocchi occupazionali:**

Gli sbocchi occupazionali di tale corso sono molto ampi data la trasversalità della funzione del marketing e della comunicazione rispetto ai settori economici ed alle tipologie di strutture organizzative (private, pubbliche, onlus).

Per il profilo manager aziendale, alcuni sbocchi professionali sono:

- Business analyst
- Brand Manager
- Social media manager
- Account manager

Per il profilo di consulente aziendale, alcuni sbocchi sono:

- dipendente o partner di società di consulenza aziendale;
- libero professionista;
- account di agenzie di comunicazione.

### **Art. 3 - Requisiti di ammissione e modalità di verifica della preparazione iniziale (L, LMCU, LP)**

1. Il corso di laurea in Marketing e Comunicazione d'Azienda è ad accesso libero.
2. L'ammissione al corso di laurea è subordinata al possesso di un diploma di scuola secondaria superiore quinquennale o di altro titolo di studio conseguito all'estero riconosciuto idoneo in base alla normativa vigente. È necessario altresì il possesso delle conoscenze e competenze di base propedeutiche alle discipline che sono oggetto degli studi e previste dall'ordinamento didattico del corso di studio, con particolare riguardo a conoscenze ed abilità di livello scolastico superiore riguardanti la comprensione verbale, il ragionamento logico e la matematica di base.

---

## Regolamento didattico Corso di Laurea Triennale in *Marketing e Comunicazione d'Azienda (L-18)*

### a.a.2024-2025

Il possesso delle conoscenze iniziali richieste è verificato attraverso una prova obbligatoria. Le modalità di svolgimento e i criteri per l'individuazione di eventuali carenze sono resi pubblici nel bando annuale di indizione della prova di verifica.

3. La modalità di verifica del possesso delle conoscenze iniziali consiste nella somministrazione di un test composto da 60 domande a risposta multipla.

Per la valutazione della prova si tiene conto dei seguenti criteri:

- 1 punto per ogni risposta esatta;
- 0 punti per ogni risposta non data.

La prova di verifica, della durata di 80 minuti, si intende superata se il candidato raggiunge il punteggio di 30/60. In caso di esito non positivo della prova di verifica allo studente verranno attribuiti obblighi formativi aggiuntivi che si intenderanno assolti con il superamento di due esami di profitto entro il primo anno di corso.

Qualora non vengano superati gli obblighi formativi aggiuntivi, lo studente non potrà sostenere gli esami del secondo anno.

### Art. 4 - Descrizione del percorso formativo e dei metodi di accertamento

1. Il Corso di studio non prevede *curricula* e non prevede la possibilità di presentare piani di studio individuali.
2. Gli studenti in Marketing e Comunicazione d'Azienda otterranno una formazione nell'area aziendale incentrata su discipline caratterizzanti specifiche dell'area del marketing, oltre che sullo studio di materie di base e caratterizzanti generali. Inoltre, sono previste materie affini che completano la formazione dello studente e che consentono un agevole inserimento nel tessuto produttivo sia industriale sia terziario.

Il percorso formativo si articola in:

- conoscenze fondamentali nel campo dell'economia e della gestione aziendale;
- conoscenze di base nei metodi matematico-statistici;
- conoscenze di base e specifiche dell'analisi economica, con un particolare focus sull'area della microeconomia e dell'organizzazione industriale;
- conoscenze specifiche di teorie, metodi e tecniche relative al marketing e alla comunicazione;
- conoscenza di una lingua dell'Unione Europea, oltre l'italiano;
- eventuale svolgimento di attività esterne, quali il tirocinio formativo presso aziende, enti e organizzazioni pubbliche e private a carattere regionale, nazionale e internazionale, in relazione a specifici obiettivi di formazione professionale e agli sbocchi occupazionali.

Le attività formative saranno svolte anche facendo ricorso a tecnologie digitali. In tal senso, si punta a far acquisire e/o sviluppare capacità di problem solving e stimolare l'attitudine al lavoro di gruppo e alla comunicazione.

Il percorso formativo che lo/la studente/studentessa dovrà affrontare gli consentirà di assumere competenze e capacità di comprensione tali da permettergli di includere nel proprio bagaglio di conoscenze anche alcuni dei temi di più recente sviluppo. Il mix tra rigore logico delle lezioni frontali e partecipate, approfondimenti personali, eventuali elaborati personali e/o di gruppo richiesti nell'ambito di alcuni insegnamenti, contribuisce alla crescita dello studente e alla sua maturazione. Medesima funzione nel percorso formativo hanno gli interventi e le testimonianze, nell'ambito dei corsi caratterizzanti, di professionisti che operano in imprese attive a livello locale, nazionale e internazionale.

3. Le attività didattiche e formative relative al corso di studi sono organizzate in semestralità. Ogni attività formativa viene misurata in crediti formativi universitari (CFU). A ciascun credito formativo universitario corrispondono 25 ore di impegno complessivo per studente, di cui 8 ore dedicate alla didattica in aula e 17 ore allo studio individuale.

---

## Regolamento didattico Corso di Laurea Triennale in *Marketing e Comunicazione d'Azienda (L-18)*

### *a.a.2024-2025*

I crediti corrispondenti a ciascuna attività formativa caratterizzante, affine e integrativa sono acquisiti dallo/dalla studente/studentessa con il superamento dell'esame di profitto. È prevista la possibilità di verifica dei crediti acquisiti al fine di valutare la non obsolescenza dei contenuti conoscitivi. Tale verifica potrà essere effettuata attraverso una prova di idoneità ogni due anni dal termine legale del corso di studi fino al conseguimento del titolo. In tal caso gli studenti interessati saranno informati con un preavviso di almeno sei mesi.

Il quadro degli insegnamenti con l'indicazione dei settori scientifico-disciplinari di riferimento, la distinzione tra attività obbligatoria e a scelta, nonché gli obiettivi formativi è riportato **nell'allegato 1** del presente regolamento.

4. Il corso di laurea in Marketing e comunicazione d'azienda ha una durata legale di tre anni. È altresì possibile l'iscrizione a tempo parziale. Gli studenti che scelgono lo status di studente impegnato a tempo parziale (NTIP) hanno a disposizione un percorso articolato in sei anni.
5. Nel caso di insegnamenti sdoppiati è possibile chiedere il cambio di corso solo per ragioni oggettive, previa presentazione di richiesta motivata al Coordinatore del corso di studio interessato entro 30 giorni dall'inizio delle relative lezioni. Tale cambio di corso è relativo e valido per l'anno di frequenza dell'insegnamento oggetto di cambio.

*Il percorso formativo, i crediti assegnati ad ogni insegnamento e la ripartizione in anni sono riportati **nell'allegato 2** con distinzione tra studenti e studentesse a tempo pieno (Allegato 2a) e studenti e studentesse impegnati a tempo parziale (Allegato 2b).*

6. Non sono previsti obblighi di frequenza, tuttavia la partecipazione alle attività didattiche è fortemente consigliata. Specifiche attività didattiche (seminari, laboratori, competenze trasversali) previste dal corso di studio prevedono obblighi di frequenza. Le lezioni sono erogate in presenza, salvo specifiche convezioni con enti pubblici che potranno prevedere l'erogazione delle lezioni in modalità telematica. Tali obblighi e le relative modalità di assolvimento sono resi noti sul sito del DEMDI. Il calendario didattico è deliberato ogni anno accademico dal Consiglio di Dipartimento di Economia, Management e Diritto dell'Impresa, così come previsto dal Regolamento Didattico di Ateneo, ed è pubblicato sul sito web del DEMDI. Le attività di orientamento, propedeutiche, integrative, di preparazione e sostegno degli insegnamenti ufficiali, nonché corsi intensivi e attività speciali, potranno svolgersi anche in altri periodi, secondo le modalità riportate sul sito web del DEMDI.
7. Sono previste propedeuticità per le attività formative del Corso di Studio, indicate in dettaglio **nell'allegato A**. Il mancato rispetto delle propedeuticità implica l'annullamento dell'esame.
8. Il percorso formativo prevede lezioni frontali, esercitazioni, laboratori, testimonianze aziendali, projectwork, consentono di sviluppare le capacità dello studente di applicare il proprio bagaglio di conoscenza acquisita in termini di strategic thinking, team working, partecipazione e leadership.

Inoltre, ulteriori attività formative quali tirocini, stage e-business case di simulazione di realtà imprenditoriali, contribuiscono alla crescita formativa e allo sviluppo di attitudini utili nel mondo aziendale.

Attraverso presentazioni, project work e discussioni verrà verificato il conseguimento delle capacità di applicare conoscenza e comprensione.

A partire dal secondo anno (dal terzo anno per gli studenti e le studentesse a tempo parziale), il percorso formativo prevede lo svolgimento di **"Altre Attività" obbligatorie**:

- **Lingua straniera.** Gli insegnamenti di lingua offerti nel Corso di Studio si propongono di migliorare le competenze linguistiche dello/della studente/studentessa fino ad un livello B1.
- **Tirocini formativi e di orientamento.** Le attività di tirocinio formativo e di orientamento (art. 10, comma 5, lettera d) del D.M. 270/2004) sono obbligatorie per almeno 4 CFU. Per le modalità di acquisizione dei crediti

---

## Regolamento didattico Corso di Laurea Triennale in *Marketing e Comunicazione d'Azienda (L-18)*

### *a.a.2024-2025*

si rinvia a quanto stabilito dal Regolamento per lo svolgimento dei tirocini di formazione e orientamento curricolari del DEMDI.

- **Attività formative a scelta.** Le attività formative autonomamente scelte dallo/dalla studente/studentessa, purché coerenti con il percorso formativo, sono da intendersi come un'opportunità di approfondimento, completamento e personalizzazione del percorso formativo stesso. I crediti formativi a scelta sono in totale 12 e possono essere acquisiti, a partire dal secondo anno, attraverso:
  - il **superamento dell'esame di profitto di insegnamenti** relativi a corsi di studio attivi presso l'Università degli Studi di Bari Aldo Moro (art. 10, comma 5, lettera a) del D.M. 270/2004), purché coerenti con il progetto formativo. Il riconoscimento dei crediti è automatico nei seguenti casi:
    - insegnamenti impartiti nell'ambito dei Corsi di Studio erogati dal Dipartimento di Economia, Management e Diritto dell'Impresa;
    - insegnamenti impartiti nell'ambito dei Corsi di Laurea triennali L-18 attivi nell'Università degli Studi di Bari Aldo Moro;
    - insegnamenti nei settori scientifico-disciplinari previsti dal piano di studi del corso di Laurea triennale in Marketing e comunicazione d'azienda impartiti in Corsi di studio attivi presso l'Università degli Studi di Bari Aldo Moro.

Negli altri casi, la coerenza con il progetto formativo è valutata dal Consiglio di corso di studio in Marketing e comunicazione d'azienda, previa richiesta dello studente da inviare almeno 30 giorni prima dell'inizio delle sessioni di esame.

Qualora l'attività formativa a scelta preveda lo svolgimento di un esame di profitto, il voto conseguito concorrerà a determinare la media per l'attribuzione della votazione finale;

- riconoscimento di **attività di tirocinio formativo**, ivi compresi gli eventuali stage e tirocini all'estero (fino ad un massimo di 6 CFU), purché coerenti con il progetto formativo e opportunamente documentate. L'eventuale **attività lavorativa** che lo studente svolga durante la durata del Corso di Laurea Triennale in Marketing e Comunicazione d'Azienda, purché adeguatamente documentata e coerente con gli obiettivi formativi del Corso di Studio, può essere riconosciuta come attività di tirocinio. Le modalità di riconoscimento dei crediti formativi sono indicate nel Regolamento per lo svolgimento dei tirocini di formazione e orientamento curricolari;
  - partecipazione alle **attività (insegnamenti e laboratori) per l'acquisizione delle Competenze Trasversali**.
9. Tutte le informazioni relative alle modalità con le quali viene accertata l'effettiva acquisizione dei risultati di apprendimento da parte dello/a studente/ssa per ogni insegnamento o altra attività formativa sono riportate sulle pagine web del docente e/o del corso di studio.

Le modalità di verifica delle attività formative sono definite come segue.

#### **Modalità di verifica delle attività formative obbligatorie**

Gli esami di profitto sono attività svolte ad accertare il grado di preparazione degli studenti. Possono essere orali e/o scritti e si svolgono secondo le modalità indicate nei rispettivi programmi di insegnamento. Possono essere istituite prove intermedie che concorrono alla verifica finale.

L'eventuale esito negativo delle prove in itinere non pregiudica l'ammissione a sostenere l'esame di profitto.

La votazione è espressa in trentesimi. Il voto minimo per il superamento dell'esame è di diciotto trentesimi; il voto massimo è di trenta trentesimi, con eventuale lode.

Il calendario degli esami di profitto, delle prove intermedie e delle lezioni è stabilito e reso pubblico in conformità alle normative vigenti. Il numero annuale degli appelli non è inferiore a otto. Gli appelli sono distribuiti lungo l'anno

---

## Regolamento didattico Corso di Laurea Triennale in *Marketing e Comunicazione d'Azienda (L-18)*

### **a.a.2024-2025**

accademico in conformità al Regolamento Didattico di Ateneo, evitando, di norma, la sovrapposizione con i periodi di lezione.

#### **Modalità di verifica della conoscenza delle lingue straniere**

L'acquisizione dei crediti formativi relativi alla *Lingua straniera* è subordinata all'idoneità conseguita tramite verifica obbligatoria della conoscenza di una lingua ufficiale dell'Unione europea.

Le Certificazioni di competenza linguistica si considerano convalidabili se rilasciate da Enti Certificatori riconosciuti ai sensi della normativa vigente e a condizione che il livello di competenza certificato sia almeno pari al livello B1 del Quadro Comune Europeo di Riferimento per le lingue. Gli studenti in possesso di tali certificazioni sono tenuti a presentarle al docente di lingua straniera di riferimento per la loro valutazione ed eventuale riconoscimento parziale o totale dell'esame.

#### **Modalità di verifica dei risultati dei tirocini formativi**

I crediti formativi relativi ai tirocini curriculari vengono acquisiti al termine delle attività previste. La procedura prevede che al termine del tirocinio, lo/la studente/studentessa debba trasmettere all'ufficio tirocinio del DEMDI: a) la relazione sull'attività svolta, il registro delle presenze e il modulo per la richiesta dei crediti; b) la dichiarazione, su carta intestata del soggetto ospitante, del tutor aziendale nella quale viene indicato il periodo di tirocinio, i tempi di accesso ai locali aziendali, il numero complessivo delle ore svolte dal tirocinante e il conseguimento totale o parziale degli obiettivi prefissati; c) il parere del tutor accademico designato nel progetto formativo relativo allo svolgimento del tirocinio. Tutta la documentazione, firmata dal Delegato del Direttore al Placement del DEMDI, viene trasmessa dall'ufficio tirocinio del citato Dipartimento alla U.O. Segreteria Studenti Economia per la registrazione dei CFU nella carriera degli studenti e delle studentesse.

#### **Verifica dei risultati dei periodi all'estero**

I crediti formativi conseguiti durante i periodi di studio all'estero trascorsi dallo/dalla studente/studentessa nell'ambito del Programma Erasmus+ vengono riconosciuti dal Consiglio Interclasse in Scienze Economico-Aziendali, in conformità con gli accordi didattici (Learning Agreement) tra l'Università degli Studi di Bari Aldo Moro (Dipartimento di Economia Management e Diritto dell'Impresa) e l'Università ospitante e stabiliti preventivamente dalla Commissione Erasmus di Dipartimento. La votazione viene definita da apposita Tabella di Conversione Erasmus ECTS.

#### **Verifica dei risultati di Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro**

I crediti formativi relativi ai Laboratori e seminari per competenze sono acquisiti dallo studente previa partecipazione obbligatoria alle attività laboratoriali e seminariali organizzate dai Corsi di Studio e dal Dipartimento di Economia, Management e Diritto dell'Impresa.

### **Art. 5 – Trasferimenti in ingresso e passaggi di corso**

Il Consiglio di corso di studio o la Giunta deliberano sul riconoscimento dei crediti nei casi di trasferimento da altro ateneo, di passaggio ad altro corso di studio o di svolgimento di parti di attività formative in altro ateneo italiano o straniero.

Il Consiglio di corso di studio o la Giunta deliberano, altresì, sul riconoscimento della carriera percorsa da studenti che abbiano già conseguito il titolo di studio presso l'Ateneo o in altra università italiana e che chiedano, contestualmente all'iscrizione, l'abbreviazione degli studi. Questa può essere concessa previa valutazione e convalida dei crediti formativi considerati riconoscibili in relazione al corso di studio prescelto.



---

## Regolamento didattico Corso di Laurea Triennale in *Marketing e Comunicazione d'Azienda (L-18)*

### a.a.2024-2025

Relativamente al trasferimento degli studenti da un corso di studio a un altro, ovvero da una Università a un'altra, si assicura il riconoscimento del maggior numero possibile dei crediti già acquisiti dallo studente purché coerenti con il progetto formativo.

Esclusivamente nel caso in cui il trasferimento dello studente sia effettuato tra corsi di studio appartenenti alla medesima classe, la quota di crediti relativi al medesimo settore scientifico-disciplinare direttamente riconosciuti allo studente non può essere inferiore al 50% di quelli già maturati. Nel caso in cui il corso di provenienza sia svolto in modalità a distanza, la quota minima del 50% è riconosciuta solo se il corso di provenienza risulta accreditato ai sensi del Regolamento ministeriale di cui all'art.2, comma 148, del decreto-legge 3 ottobre 2006, n.262, convertito dalla legge 24 novembre 2006, n.286.

I crediti eventualmente conseguiti non riconosciuti ai fini del conseguimento del titolo di studio rimangono, comunque, registrati nella carriera universitaria dell'interessato.

Può essere concessa l'iscrizione ad anni successivi al primo quando il riconoscimento riguardi crediti formativi acquisiti in relazione ad attività di studio e a esami sostenuti presso università straniere di accertata qualificazione, valutati positivamente a tal fine, dal Consiglio di Corso di Studio, sulla base della documentazione presentata.

Possono essere riconosciuti come crediti, le conoscenze e abilità professionali certificate ai sensi della normativa vigente in materia, nonché altre conoscenze e abilità maturate in attività formative universitarie di livello post secondario, alla cui progettazione e realizzazione l'Ateneo di Bari abbia concorso, per un massimo di 12 CFU.

### Art. 6 - Opportunità offerte durante il percorso formativo

1. Il corso di studio in Marketing e comunicazione d'azienda favorisce la partecipazione degli studenti e le studentesse ai programmi internazionali di mobilità nell'ambito del programma LLP/Erasmus con il programma Erasmus+ promuovendo anche la partecipazione al bando Erasmus Traineeship.

Il Dipartimento di Economia, Management e Diritto dell'Impresa (DEMEDI) dispone di un ufficio Erasmus a servizio di tutti i corsi di studio attivi.

Per ulteriori informazioni si rinvia alla pagina web dedicata di Ateneo (<https://www.uniba.it/it/internazionale/mobilita-in-uscita/studenti/studenti>) e del DEMEDI (<https://www.uniba.it/it/ricerca/dipartimenti/demdi/programma-llp-erasmus/internazionale/erasmus>).

2. Gli studenti del corso di studio in Marketing e Comunicazione d'Azienda svolgono un'attività di formazione diretta esterna obbligatoriamente per 4 CFU. È possibile estendere il periodo di tirocinio utilizzando anche i crediti disponibili per le attività a scelta.

I tirocini formativi e di orientamento possono essere svolti sia in Italia sia all'estero. Lo studente dovrà preventivamente richiedere la valutazione di coerenza da parte del Consiglio del Corso di Laurea. Il periodo di tirocinio formativo permette agli studenti di creare un collegamento concreto tra il mondo del lavoro e la realtà universitaria di provenienza.

Gli studenti possono scegliere di svolgere il tirocinio curricolare presso aziende ed enti registrati sulla 'Piattaforma Orientamento e Tirocini Aldo Moro Volta all'Accompagnamento al Lavoro e all'Occupabilità delle Risorse all'Estero' (P.Or.Ti.A.Mo.V.A.L.O.R.E.), il cui elenco è consultabile al seguente indirizzo (<https://portiamovalore.uniba.it/site/index>).

Inoltre, sul sito web del Dipartimento vengono proposte costantemente offerte di stage da parte di aziende locali e nazionali.

Al fine di facilitare la scelta dell'azienda o ente da parte dello studente, il dipartimento DEMEDI ha istituito un ufficio Tirocini. Tale ufficio offre consulenza agli studenti e si fa carico di guidarli nell'espletamento delle relative pratiche.

---

## Regolamento didattico Corso di Laurea Triennale in *Marketing e Comunicazione d'Azienda (L-18)*

### a.a.2024-2025

Per le modalità di acquisizione dei crediti relativi ai tirocini formativi si rinvia a quanto stabilito dal Regolamento dei tirocini del DEMDI. ([Servizio tirocini \(tirocini curricolari\) — Economia, Management e Diritto dell'Impresa \(uniba.it\)](#))

3. Il Tutorato è un servizio rivolto agli studenti che durante il percorso formativo manifestano disagio o difficoltà rispetto a determinati insegnamenti. Ogni docente fissa un orario per il ricevimento individuale degli studenti ed offre spiegazioni integrative e chiarimenti sui temi oggetto delle lezioni.

Il Dipartimento organizza, inoltre, attività di tutorato didattico-integrative, propedeutiche e di recupero (ai sensi della legge 170/2003 e del D.M. 198/2003), per lo svolgimento delle quali ogni anno vengono banditi assegni riservati a studenti senior, iscritti ai Corsi di laurea magistrale e di Dottorato di ricerca. Le attività si articolano complessivamente in due settori di intervento:

- a. attività di supporto didattico-integrative finalizzate al miglioramento dell'offerta didattica agli studenti;
- b. attività di recupero rivolte agli studenti in difficoltà nel raggiungimento dei livelli di competenza richiesti nelle singole aree disciplinari.

Lo studente-tutor opera sotto la costante supervisione del docente-tutor responsabile, ad 'integrazione' delle attività didattiche, con compiti di ausilio agli studenti nel raggiungere un'autonomia di studio, nel creare propri percorsi di autoapprendimento, nell'affrontare i propri limiti e nel risolvere le difficoltà del percorso di studio. Lo studente-tutor collabora col docente responsabile alla creazione ed alla sistemazione di materiali didattici ed esercitativi pensati per facilitare i percorsi di apprendimento, con ciò contribuendo anche alla sua personale crescita formativa.

4. Le modalità di accesso alla didattica personalizzata e individualizzata per studenti e studentesse disabili e/o in presenza di DSA è in linea con la normativa e le linee guida di Ateneo vigenti. Per informazioni di dettaglio si rinvia alla pagina web dedicata di Ateneo (<https://www.uniba.it/it/studenti/servizi-per-disabili>).

### Art. 7 – Prova finale

1. Al termine del percorso didattico-disciplinare è prevista una prova d'esame con l'attribuzione di 3 CFU. La prova finale per il conferimento del titolo di studio consiste nella discussione con un organo collegiale di un tema relativo a un argomento specifico in una disciplina del percorso formativo a scelta dello studente. La richiesta dell'argomento deve essere effettuata almeno un (1) mese prima dell'inizio della sessione dell'esame di laurea.

Per accedere alla prova finale lo studente deve:

- richiedere l'argomento della tesi,
- presentare il *modulo assegnazione tesi* (disponibile sul sito web del Dipartimento di Economia, Management e Diritto dell'Impresa) all'ufficio tesi del Dipartimento, debitamente compilato e sottoscritto dal docente relatore.

Lo studente, inoltre, è tenuto a rispettare i tempi di consegna indicati nello stesso *modulo di assegnazione tesi* e i tempi e le modalità di iscrizione all'esame di laurea previsti dalla segreteria studenti, variabili in base alle sessioni di laurea.

2. La composizione dell'organo collegiale è stabilita dal Regolamento didattico di Ateneo.
3. Le prove finali si svolgono sull'arco di almeno tre sessioni, come da calendario didattico pubblicato sul sito web del Dipartimento.
4. Ai fini della valutazione della prova finale la Commissione può attribuire da 0 a 4 punti. Allo studente in corso, quale premio alla carriera, sono attribuiti ulteriori 3 punti.

Inoltre, saranno assegnati:

- 1 punto ogni tre esami di profitto superati con la votazione di 30 e lode;

---

## Regolamento didattico Corso di Laurea Triennale in *Marketing e Comunicazione d'Azienda (L-18)*

### **a.a.2024-2025**

- 1 punto al candidato che partecipa al programma Erasmus e consegue almeno 12 CFU nel periodo di studio all'estero oppure svolga ricerche e tesi di laurea svolte all'estero ai sensi del D. Lgs. 68/12 (già L. 390/91) e del relativo Regolamento d'Ateneo (D.R. 3230 del 29.10.2014).
- 

### **Art. 8 – Assicurazione della qualità**

1. Il Corso di studio aderisce alle politiche di Assicurazione della Qualità (AQ) di Ateneo.
2. Per la gestione dell'assicurazione della qualità, il gruppo è composto da:  
Prof. Fabrizio Baldassarre (Presidente del CdS e Responsabile del Riesame)  
Prof. Samuela L'Abbate (Docente del CdS con funzioni di coordinamento delle attività di rilevazione dati)  
Prof. Arianna Di Vittorio (Docente del Cds con funzioni di coordinamento delle attività di orientamento in condivisione con il delegato a tale funzione del Dipartimento)  
Sig.ra Petronilla Bruni (Tecnico Amministrativo con funzione di coordinamento delle attività amministrativo-didattiche)  
Sig. Cosimo Damiano Capacchione (Rappresentante degli studenti)

Il gruppo di AQ del corso di studio si riunisce periodicamente con cadenza semestrale per verificare l'andamento delle iniziative intraprese e programmare nuove iniziative volte ad assicurare un alto livello di qualità del corso di studio.

Alla fine di ogni semestre, il gruppo di AQ verifica l'andamento delle singole discipline attivate a seguito dei questionari di soddisfazione compilati dagli studenti durante la frequenza dei corsi e propone al Gruppo del riesame e al Consiglio di corso di studio opportuni aggiustamenti.

Le scadenze di attuazione delle iniziative vengono fissate di volta in volta dal gruppo di AQ a seconda della importanza e della rilevanza delle stesse.

Ulteriormente il coordinatore e i docenti tutor effettuano un monitoraggio sull'andamento del corso di laurea ascoltando costantemente sia i rappresentanti degli studenti sia i singoli studenti che sono incoraggiati a manifestare le proprie esigenze e i problemi incontrati durante il loro percorso.

Il Corso di laurea organizza a inizio di ogni semestre attività collegiali dedicate alla revisione dei percorsi, al coordinamento didattico degli insegnamenti, alla razionalizzazione degli orari, della distribuzione temporale degli esami e delle attività di supporto alla didattica

Nell'ambito di tale attività i docenti e gli studenti sono sollecitati a rendere note le proprie proposte di miglioramento e alla luce di tali osservazioni vengono sviluppate attività correttive.

3. Gli studenti possono segnalare criticità o proporre suggerimenti tramite posta elettronica inviata alla segreteria didattica del corso di laurea [mca.demdi@uniba.it](mailto:mca.demdi@uniba.it). La segreteria didattica inoltrerà tali comunicazioni al Consiglio per il seguito di sua competenza.

### **Art. 9 – Norme finali**

1. Il presente Regolamento è applicato a decorrere dall'a.a. 2024-2025 e rimane in vigore per l'intera coorte di studi.
2. Per tutto quanto non espressamente previsto dal presente Regolamento si rinvia allo Statuto, al Regolamento Didattico di Ateneo e alla normativa vigente, nonché alle disposizioni dell'Università.



Regolamento didattico Corso di Laurea Triennale in *Marketing e Comunicazione d'Azienda (L-18)*

a.a.2024-2025

Allegato A

**Propedeuticità**

1. l'insegnamento di Istituzioni di economia politica (SECS-P/01) per tutti gli insegnamenti dell'area economica;
2. l'insegnamento di Economia aziendale (SECS-P/07) per tutti gli insegnamenti dell'area aziendale;
3. l'insegnamento di Diritto privato (IUS/01) per tutti gli insegnamenti dell'area giusprivatistica;
4. l'insegnamento di Statistica I (SECS-S/01) per tutti gli insegnamenti dell'area statistica;
5. l'insegnamento di Matematica per l'economia (SECS-S/06) per tutti gli insegnamenti dell'area matematica.

Area	Settore scientifico-disciplinare	
Economica	AGR/01	Economia e Politica Agraria
	MGGR/02	Geografia Economica
	SECS-P/01	Economia Politica
	SECS-P/02	Politica economica
	SECS-P/03	Scienza delle Finanze
	SECS-P/04	Storia del pensiero economico
	SECS-P/05	Econometria
	SECS-P/06	Economia Applicata
	SECS-P/12	Storia Economica
Aziendale	SECS-P/07	Economia Aziendale
	SECS-P/08	Economia e gestione delle imprese
	SECS-P/09	Finanza Aziendale
	SECS-P/10	Organizzazione Aziendale
	SECS-P/11	Economia degli intermediari finanziari
	SECS-P/13	Scienze Merceologiche
Giusprivatistica e giuslavoristica	IUS/01	Diritto privato
	IUS/04	Diritto commerciale
	IUS/05	Diritto dell'economia
	IUS/06	Diritto della navigazione
	IUS/07	Diritto del lavoro
Giuspubblicistica e giuslavoristica	IUS/05	Diritto dell'economia
	IUS/06	Diritto della navigazione
	IUS/07	Diritto del lavoro
	IUS/09	Istituzioni di Diritto pubblico
	IUS/10	Diritto amministrativo
	IUS/12	Diritto Tributario
	IUS/13	Diritto Internazionale
IUS/14	Diritto dell'Unione europea	
Statistica	SECS-S/01	Statistica
	SECS-S/02	Statistica per la ricerca sperimentale e tecnologica
	SECS-S/03	Statistica Economica
	SECS-S/04	Demografia
	SECS-S/05	Statistica sociale
Matematica	SECS-S/06	Metodi matematici dell'economia e delle scelte attuariali e finanziarie
	MAT/06	Probabilità e statistica matematica

Regolamento didattico Corso di Laurea Triennale in *Marketing e Comunicazione d'Azienda (L-18)*

a.a.2024-2025

**ALLEGATO 1 - OBIETTIVI FORMATIVI DEGLI INSEGNAMENTI PER IL CORSO DI MARKETING  
E COMUNICAZIONE D'AZIENDA PER LA COORTE A.A. 2024-2025**

<b>Attività formativa</b>	<b>Obiettivi formativi</b>
<b>Attività obbligatoria</b>	
<i>Diritto Privato</i>	<i>L'attività formativa ha l'obiettivo di fornire agli studenti gli strumenti necessari alla conoscenza degli istituti fondamentali del Diritto privato ed alla consultazione e comprensione, in un'ottica attenta ai principi costituzionali ed al sistema italo-comunitario delle fonti, dei testi normativi e giurisprudenziali.</i>
<i>Economia aziendale</i>	<i>L'attività formativa ha l'obiettivo di fornire gli strumenti necessari per comprendere la struttura e le condizioni di funzionamento delle aziende.</i>
<i>Istituzioni di Economia Politica</i>	<i>L'attività formativa ha l'obiettivo di fornire agli studenti le basi dell'economia moderna, al fine di comprendere e interpretare i fenomeni economici che accadono nel mondo reale.</i>
<i>Management d'impresa</i>	<i>Tra gli obiettivi formativi di questo insegnamento ci si pone l'acquisizione da parte degli studenti della conoscenza di base nel campo della gestione d'impresa con focus sulle problematiche relative alla gestione strategica ed operativa delle imprese industriali e di servizi con particolare riferimento ai modelli di business ed ai rapporti con i mercati e il raggiungimento di adeguate conoscenze in relazione alle varie aree funzionali di una impresa: Logistica (di approvvigionamento e distributiva), Marketing, Finanza e Amministrazione, Produzione, Controllo di Gestione (misurazione delle performance gestionali).</i>
<i>Matematica per l'economia</i>	<i>Il corso ha l'obiettivo di fornire allo studente le nozioni e gli strumenti di base del calcolo infinitesimale, differenziale ed integrale utili alle discipline di carattere economico, finanziario e statistico.</i>
<i>Statistica 1</i>	<i>L'attività formativa ha l'obiettivo di:</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>-fornire le conoscenze di base delle metodologie statistiche per l'analisi e l'interpretazione dei fenomeni sociali, economici, aziendali e finanziari.</li> <li>-fornire le competenze per svolgere analisi di mercato e strutturare indagini presso i consumatori, volte a comprendere i fenomeni sociali ed economici alla base delle scelte di acquisto</li> <li>-fornire abilità legate all'inserimento di dati, alla loro elaborazione e presentazione mediante l'utilizzo di appositi software di base (es: costruzione di tabelle e grafici in Excel).</li> </ul>
<i>Bilancio d'esercizio e consolidato</i>	<i>L'attività formativa ha l'obiettivo di sviluppare, sotto il profilo economico-aziendale, le conoscenze teoriche e metodologiche</i>



Regolamento didattico Corso di Laurea Triennale in *Marketing e Comunicazione d'Azienda (L-18)*

a.a.2024-2025

	<i>riguardanti la formazione del bilancio di esercizio e del bilancio consolidato di imprese in funzionamento costituite in forma societaria.</i>
<i>Diritto dell'impresa e delle società</i>	<i>L'attività formativa ha l'obiettivo di fornire agli studenti gli strumenti necessari alla conoscenza delle regole in tema di impresa, società di persone e società di capitali, attraverso l'approfondimento delle specifiche tematiche di diritto commerciale maggiormente discusse da dottrina e giurisprudenza.</i>
<i>Economia degli intermediari finanziari</i>	<i>L'attività formativa ha l'obiettivo di fornire agli studenti gli strumenti analitici e concettuali di base per la comprensione delle dinamiche che caratterizzano il moderno sistema finanziario. Intende, inoltre, sviluppare le conoscenze relative al funzionamento ed all'operatività dei mercati, degli strumenti e degli intermediari finanziari e sollecitare la riflessione sui principali fenomeni economico-finanziari.</i>
<i>Economia industriale</i>	<i>L'attività formativa ha l'obiettivo di fornire le basi analitiche per la comprensione delle strategie delle imprese, che saranno analizzate alla luce dei risultati della moderna teoria dell'organizzazione industriale.</i>
<i>Inferenza e tecniche di campionamento</i>	<i>L'attività formativa ha l'obiettivo di fornire le conoscenze di statistica inferenziale e delle tecniche di campionamento e saperle applicare con quelle della statistica descrittiva a delle indagini campionarie conoscitive.</i>
<i>Marketing</i>	<i>L'attività formativa ha lo scopo di fornire agli studenti le basi teoriche ed operative relative alla disciplina del marketing, descrivendo nel dettaglio il processo di marketing e le sue fasi; le modalità di comprensione dei bisogni e desideri dei potenziali clienti; e illustrando come individuare e soddisfare le opportunità di marketing.</i>
<i>Matematica finanziaria</i>	<i>L'insegnamento si pone l'obiettivo formativo di far conoscere le grandezze finanziarie fondamentali e le operazioni finanziarie più ricorrenti, e di saperne calcolare il valore, ma anche di conoscere l'approccio matematico alla teoria delle scelte del consumatore</i>
<i>Comunicazione integrata di marketing</i>	<i>L'attività formativa ha l'obiettivo di elaborare strategie e tecniche di comunicazione integrata di marketing volte alla soddisfazione delle esigenze sia dei consumatori che delle imprese. Consente allo studente di comprendere l'importanza del comunicare con determinate finalità (secondo l'ottica antropologica e psicologica). Inoltre, è volto alla comprensione - in ottica di marketing – dell'utilizzo integrato di nuovi strumenti di comunicazione, quali piattaforme web e social media.</i>
<i>Digital marketing</i>	<i>L'attività formativa ha l'obiettivo di approfondire la conoscenza degli aspetti strategici ed operativi del marketing digitale secondo un approccio orientato all'omnichannel</i>
<i>Diritto della concorrenza</i>	<i>L'attività formativa ha l'obiettivo di fornire, dapprima, alcune nozioni basilari di teoria generale del diritto e successivamente, di illustrare sia gli aspetti organizzativi fondamentali della concorrenza sia nazionale che comunitaria sia il diritto antitrust.</i>

**Regolamento didattico Corso di Laurea Triennale in *Marketing e Comunicazione d'Azienda (L-18)***

**a.a.2024-2025**

<i>Marketing esperienziale</i>	<i>L'attività formativa ha l'obiettivo di fornire una ottima conoscenza di base delle tematiche relative al consumo di esperienze, alla condizione di base per cui le imprese creano un'esperienza di consumo da proporre ai mercati con riferimenti alla attività di customer experience management e definizione dei SEM e degli EX-PRO, oltre che una adeguata proprietà di linguaggio. Possedere una conoscenza applicativa delle principali tecniche di comunicazione alla clientela, delle modalità d'interazione efficace azienda-cliente.</i>
<i>Scienza delle finanze</i>	<i>L'attività formativa ha l'obiettivo di illustrare il ruolo e il funzionamento del "settore pubblico" nell'ambito di un sistema economico di mercato.</i>
<b>Attività a scelta</b>	
<i>Diritto della contrattazione a distanza</i>	<i>L'attività formativa ha l'obiettivo di fornire allo studente gli strumenti utili per utilizzare e comprendere le principali fonti del diritto della contrattazione a distanza unitamente alle leggi collegate ed i modelli operativi proposti al fine di esercitare, nel rispetto delle regole ivi previste, una eventuale attività imprenditoriale e difendersi efficacemente, al contempo, se destinatario di tali pratiche in qualità di consumatore.</i>
<i>Diritto privato dei consumi</i>	<i>L'attività formativa ha l'obiettivo di fornire agli studenti gli strumenti utili per comprendere ed utilizzare il codice del consumo e le leggi collegate alla materia al fine di esercitare, nel rispetto delle regole ivi previste, una eventuale attività imprenditoriale e difendersi efficacemente, al contempo, dall'esercizio di condotte improprie che lo vedano destinatario in qualità di consumatore.</i>
<i>English for Business</i>	<i>L'attività formativa ha l'obiettivo di approfondire lo studio dell'inglese quale lingua internazionale e degli scambi commerciali nonché migliorare le conoscenze pregresse dei discenti nell'ambito business. L'inglese come "lingua franca" viene esplorato negli aspetti lessicali, semantici e morfo-sintattici propri del linguaggio settoriale e specialistico (ESP). L'approccio segue i Descrittori di Dublino e si intende principalmente comunicativo tale da fornire agli studenti spunti riflessivi e pratici a livello B2 del Quadro Comune di Riferimento per le Lingue.</i>
<i>Merci e consumi sostenibili</i>	<i>L'attività formativa ha l'obiettivo di fornire le conoscenze e le competenze relativamente all'analisi di alcune importanti categorie di merci, alla loro comunicazione informativa (per esempio attraverso le etichette) ed al relativo mercato di riferimento.</i>
<b>Altre Attività</b>	
<i>Lingua francese</i>	<i>L'attività formativa ha l'obiettivo di fornire agli studenti gli strumenti per il raggiungimento di un livello intermedio sulla produzione orale in lingua francese attraverso l'impiego di una terminologia specifica del settore degli affari e della comunicazione d'azienda. Particolare rilievo</i>

**Regolamento didattico Corso di Laurea Triennale in *Marketing e Comunicazione d'Azienda (L-18)***

**a.a.2024-2025**

	<i>sarà riservato all'esercizio dell'abilità di comprensione di testi scritti su argomenti inerenti agli indirizzi dei Corsi.</i>
<i>Lingua inglese</i>	<i>L'attività formativa mira al conseguimento e perfezionamento delle competenze comunicative in lingua inglese secondo il Quadro Comune Europeo di Riferimento per le competenze linguistiche nelle quattro abilità. Si farà riferimento specifico ai linguaggi specialistici di settore. Al termine del corso gli studenti dovranno possedere una buona conoscenza degli argomenti trattati durante il corso ed essere in grado di utilizzare consapevolmente gli strumenti acquisiti.</i>
<i>Lingua spagnola</i>	<i>L'attività formativa ha l'obiettivo di conoscere le basi grammaticali, lessicali e comunicative della lingua spagnola in relazione alle abilità linguistiche con maggiore enfasi sulla conoscenza dei principali aspetti fonetici, grammaticali e lessicali della lingua, e sul graduale avvicinamento alla lettura e comprensione dei testi scritti (in particolare di tema economico)</i>
<i>Lingua tedesca</i>	<i>L'attività formativa ha l'obiettivo di sviluppare le competenze specifiche e avviare alla comprensione e produzione scritta e orale a coloro che si accostano per la prima volta allo studio della lingua tedesca.</i>
<i>Tirocini formativi e di orientamento</i>	<i>L'attività formativa finalizzata a creare un contatto diretto tra un soggetto ospitante e il tirocinante, allo scopo di favorirne l'arricchimento del bagaglio di conoscenze, l'acquisizione di competenze professionali e l'inserimento lavorativo. È finalizzata ad agevolare le scelte professionali e l'occupabilità dei giovani mediante una formazione a diretto contatto con il mondo del lavoro.</i>
<i>Attività a scelta dello studente</i>	<i>Le attività formative a scelta, purché coerenti con il percorso formativo, sono da intendersi come un'opportunità di approfondimento, completamento e personalizzazione del percorso formativo stesso.</i>
<i>Prova finale</i>	<i>La prova finale è diretta alla verifica del raggiungimento degli obiettivi formativi previsti dal corso di studi.</i>



Regolamento didattico Corso di Laurea Triennale in *Marketing e Comunicazione d'Azienda (L-18)*

a.a.2024-2025

**ALLEGATO 2 – PERCORSO FORMATIVO PER STUDENTI/STUDENTESSE IMPEGNATI/E A TEMPO PIENO E STUDENTI/STUDENTESSE IMPEGNATI/E A TEMPO PARZIALE**

**2.a Corso di *MARKETING E COMUNICAZIONE D'AZIENDA*: percorso formativo previsto per studenti/studentesse impegnati/e a tempo pieno per la coorte a.a. 2024-2025**

**PRIMO ANNO**

Attività formativa	SSD	CFU/ECTS				TAF	MV	Propedeuticità
		TOT	LEZ	LAB				
<i>Diritto Privato</i>	IUS/01	10	10			A	O	
<i>Economia Aziendale</i>	SECS-P/07	10	10			A	S/O	
<i>Matematica per l'Economia</i>	SECS-S/06	10	10			A + C	S/O	
<i>Istituzioni di Economia politica</i>	SECS-P/01	10	10			A	S	
<i>Statistica 1</i>	SECS-S/01	10	10			B	O	
<i>Management d'Impresa</i>	SECS-P/08	8	8			B	O	SECS-P/07 (Economia aziendale)

**SECONDO ANNO**

Attività formativa	SSD	CFU/ECTS				TAF	MV	Propedeuticità
		TOT	LEZ	LAB				
<i>Inferenza e Tecniche di Campionamento</i>	SECS-S/01	8	8			A	O	SECS-S/01 (Statistica 1)
<i>Diritto dell'Impresa e delle società</i>	IUS/04	8	8			B	O	IUS/01 (Diritto Privato)
<i>Marketing</i>	SECS-P/08	8	8			B	O	SECS-P/07 (Economia aziendale)
<i>Economia industriale</i>	SECS-P/06	8	8			B	S	SECS-P/01 (Economia politica)
<i>Matematica finanziaria</i>	SECS-S/06	8	8			C	S/O	SECS-S/06 (Matematica per l'economia)



Regolamento didattico Corso di Laurea Triennale in *Marketing e Comunicazione d'Azienda (L-18)*

a.a.2024-2025

<i>Bilancio d'esercizio e consolidato</i>	SECS-P/07	8	8			B	O	SECS-P/07 (Economia aziendale)
<i>Economia degli intermediari finanziari</i>	SECS-P/11	8	8			B	O	SECS-P/07 (Economia aziendale)

TERZO ANNO

Attività formativa	SSD	CFU/ECTS			TAF	MV	Propedeuticità	
		TOT	LEZ	LAB				
<i>Digital Marketing</i>	SECS-P/08	8	8			B	O	SECS-P/07 (Economia aziendale)
<i>Scienza delle finanze</i>	SECS-P/03	8	8			B	S	SECS-P/01 (Economia politica)
<i>Diritto della concorrenza</i>	IUS/04	6	6			B	O	IUS/01 (Diritto Privato)
<i>Marketing esperienziale</i>	SECS-P/08	8	8			B + C	O	SECS-P/07 (Economia aziendale)
<i>Comunicazione integrata di marketing</i>	SECS-P/08	8	8			C	O	SECS-P/07 (Economia aziendale)

1 INSEGNAMENTO OPZIONALE DI PERCORSO TRA

Attività formativa	SSD	CFU/ECTS			TAF	MV	Propedeuticità	
		TOT	LEZ	LAB				
<i>Diritto della contrattazione a distanza</i>	IUS/01	6	6			C	O	IUS/01 (Diritto Privato)
<i>Diritto privato dei consumi</i>	IUS/01	6	6			C	O	IUS/01 (Diritto Privato)
<i>English for Business</i>	L-LIN/12	6	6			C	O	
<i>Diritto pubblico della comunicazione</i>	IUS/09	6	6			C	O	
<i>Merci e consumi sostenibili</i>	SECS-P/13	6	6			C	O	SECS-P/07 (Economia aziendale)

Regolamento didattico Corso di Laurea Triennale in *Marketing e Comunicazione d'Azienda (L-18)*

a.a.2024-2025

**ALTRE ATTIVITÀ**

Attività formativa	SSD	CFU/ECTS			TAF	MV	Propedeuticità
		TOT	LEZ	LAB			
<i>Lingua Inglese</i>	L-LIN/12	5			F	S/O	
<i>Lingua Francese</i>	L-LIN/04	5			F	S/O	
<i>Lingua Tedesca</i>	L-LIN/14	5			F	S/O	
<i>Lingua Spagnola</i>	L-LIN/07	5			F	S/O	
<i>Attività a scelta dello studente</i>		12			E		
<i>Tirocini Formativi e di orientamento</i>		4			H		
<i>Prova finale</i>		3			G		

Legenda:

**SSD**= settore scientifico disciplinare;

**CFU (crediti formativi universitari) / ECTS** (European Credit Transfer System): **TOT**= cfu totali per insegnamento o altra attività formativa; **LEZ** = cfu orario per lezione frontale; **LAB**= cfu orario per esercitazioni di laboratorio, d'aula etc;

**TAF (tipologia attività formativa)**: **A**= base; **B**= caratterizzante; **C**= affine; **D**= integrativa; **E**= a scelta; **F**= lingua straniera; **G**= per la prova finale; **H**= altra attività formative.

**MV (modalità di verifica)**: **O**= orale; **S** = scritto; **I**= idoneità; **F**= solo frequenza.



Regolamento didattico Corso di Laurea Triennale in *Marketing e Comunicazione d'Azienda (L-18)*

a.a.2024-2025

**2.b Corso di *MARKETING E COMUNICAZIONE D'AZIENDA*: percorso formativo previsto per studenti / studentesse impegnati/e a tempo parziale per la coorte a.a. 2024-2025**

PRIMO ANNO

Attività formativa	SSD	CFU/ECTS				TAF	MV	Propedeuticità
		TOT	LEZ	LAB				
<i>Diritto Privato</i>	IUS/01	10	10			A	O	
<i>Economia Aziendale</i>	SECS-P/07	10	10			A	S/O	
<i>Matematica per l'Economia</i>	SECS-S/06	10	10			A + C	S/O	

SECONDO ANNO

Attività formativa	SSD	CFU/ECTS				TAF	MV	Propedeuticità
		TOT	LEZ	LAB				
<i>Istituzioni di Economia politica</i>	SECS-P/01	10	10			A	S	
<i>Statistica 1</i>	SECS-S/01	10	10			B	O	
<i>Management d'Impresa</i>	SECS-P/08	8	8			B	O	SECS-P/07 (Economia aziendale)

TERZO ANNO

Attività formativa	SSD	CFU/ECTS				TAF	MV	Propedeuticità
		TOT	LEZ	LAB				
<i>Inferenza e Tecniche di Campionamento</i>	SECS-S/01	8	8			A	O	SECS-S/01 (Statistica 1)
<i>Diritto dell'Impresa e delle società</i>	IUS/04	8	8			B	O	IUS/01 (Diritto Privato)
<i>Marketing</i>	SECS-P/08	8	8			B	O	SECS-P/07 (Economia aziendale)
<i>Economia industriale</i>	SECS-P/06	8	8			B	S	SECS-P/01 (Economia politica)



Regolamento didattico Corso di Laurea Triennale in *Marketing e Comunicazione d'Azienda (L-18)*

a.a.2024-2025

QUARTO ANNO

Attività formativa	SSD	CFU/ECTS			TAF	MV	Propedeuticità
		TOT	LEZ	LAB			
<i>Matematica finanziaria</i>	SECS-S/06	8	8		C	S/O	SECS-S/06 (Matematica per l'economia)
<i>Bilancio d'esercizio e consolidato</i>	SECS-P/07	8	8		B	O	SECS-P/07 (Economia aziendale)
<i>Economia degli intermediari finanziari</i>	SECS-P/11	8	8		B	O	SECS-P/07 (Economia aziendale)

QUINTO ANNO

Attività formativa	SSD	CFU/ECTS			TAF	MV	Propedeuticità
		TOT	LEZ	LAB			
<i>Digital Marketing</i>	SECS-P/08	8	8		B	O	SECS-P/07 (Economia aziendale)
<i>Scienza delle finanze</i>	SECS-P/03	8	8		B	S	SECS-P/01 (Economia politica)
<i>Comunicazione integrata di marketing</i>	SECS-P/08	8	8		C	O	SECS-P/07 (Economia aziendale)

SESTO ANNO

Attività formativa	SSD	CFU/ECTS			TAF	MV	Propedeuticità
		TOT	LEZ	LAB			
<i>Diritto della concorrenza</i>	IUS/04	6	6		B	O	IUS/01 (Diritto Privato)
<i>Marketing esperienziale</i>	SECS-P/08	8	8		B + C	O	SECS-P/07 (Economia aziendale)



Regolamento didattico Corso di Laurea Triennale in *Marketing e Comunicazione d'Azienda (L-18)*

a.a.2024-2025

1 INSEGNAMENTO OPZIONALE DI PERCORSO TRA

Attività formativa	SSD	CFU/ECTS				TAF	MV	Propedeuticità
		TOT	LEZ	LAB				
<i>Diritto della contrattazione a distanza</i>	IUS/01	6	6			C	O	IUS/01 (Diritto Privato)
<i>Diritto privato dei consumi</i>	IUS/01	6	6			C	O	IUS/01 (Diritto Privato)
<i>English for Business</i>	L-LIN/12	6	6			C	O	
<i>Diritto pubblico della comunicazione</i>	IUS/09	6	6			C	O	
<i>Merci e consumi sostenibili</i>	SECS-P/13	6	6			C	O	SECS-P/07 (Economia aziendale)

ALTRE ATTIVITÀ

(\*Si possono sostenere dal quarto anno)

Attività formativa	SSD	CFU/ECTS				TAF	MV	Propedeuticità
		TOT	LEZ	LAB				
<i>Lingua Inglese*</i>	L-LIN/12	5				F	S/O	
<i>Lingua Francese*</i>	L-LIN/04	5				F	S/O	
<i>Lingua Tedesca*</i>	L-LIN/14	5				F	S/O	
<i>Lingua Spagnola*</i>	L-LIN/07	5				F	S/O	
<i>Attività a scelta dello studente*</i>		12				E		
<i>Tirocini Formativi e di Orientamento*</i>		4				H		
<i>Prova finale</i>		3				G		

---

**Regolamento didattico Corso di Laurea Triennale in *Marketing e Comunicazione d'Azienda (L-18)***

**a.a.2024-2025**

*Legenda:*

**SSD**= settore scientifico disciplinare;

**CFU (crediti formativi universitari)** / ECTS (European Credit Transfer System): **TOT**= cfu totali per insegnamento o altra attività formativa; **LEZ** = cfu orario per lezione frontale; **LAB**= cfu orario per esercitazioni di laboratorio, d'aula etc;

**TAF (tipologia attività formativa)**: **A**= base; **B**= caratterizzante; **C**= affine; **D**= integrativa; **E**= a scelta; **F**= lingua straniera; **G**= per la prova finale; **H**= altra attività formative.

**MV (modalità di verifica)**: **O**= orale; **S** = scritto; **I**= idoneità; **F**= solo frequenza