

UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI BARI ALDO MORO

DIPARTIMENTO DI STUDI AZIENDALI E GIUSPRIVATISTICI

CORSO DI LAUREA IN MARKETING E COMUNICAZIONE D'AZIENDA

REGOLAMENTO DIDATTICO A.A. 2015-2016

Art. 1 – Finalità

Il presente Regolamento didattico definisce gli aspetti organizzativi del corso di laurea in Marketing e Comunicazione d'Azienda (L-18 D.M. 270/2004), secondo l'ordinamento definito nella Parte seconda del Regolamento didattico di Ateneo, nel rispetto della libertà d'insegnamento, nonché dei diritti-doveri dei docenti e degli studenti.

Art. 2 – Obiettivi formativi specifici e descrizione del percorso formativo

I principali obiettivi formativi del corso di laurea sono:

- Fornire le conoscenze teoriche e pratiche per gestire con successo sfide ed opportunità che sorgono nella gestione dei mercati di sbocco delle imprese.
- Formare figure professionali di base necessarie per l'analisi dei mercati, della concorrenza e per la definizione di un'offerta aziendale che soddisfi le esigenze dei consumatori.
- Sviluppare e rafforzare le risorse e le competenze nella gestione del rapporto con i consumatori.

Pertanto, lo studente 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.

Per raggiungere tali obiettivi, i laureati devono:

- possedere conoscenze di strumenti di analisi e interpretazione critica delle strutture e delle dinamiche dei mercati e della gestione d'azienda, mediante l'acquisizione delle necessarie competenze in più aree disciplinari, quali quelle economiche, aziendali, giuridiche e quantitative;
- possedere un'adeguata conoscenza delle discipline dell'area del marketing e della comunicazione, che rappresentano il nucleo fondamentale del corso di laurea.

Il percorso formativo, pertanto, 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 abilità informatiche e di una lingua dell'Unione Europea, oltre l'italiano;
- eventuale svolgimento di attività esterne, quali il tirocinio formativo presso aziende, enti ed organizzazioni pubbliche e private a carattere regionale, nazionale ed internazionale, in relazione a specifici obiettivi di formazione professionale e agli sbocchi occupazionali.

Il laureato in Marketing e Comunicazione d'Azienda otterrà, pertanto, una formazione incentrata, oltre che sullo studio di materie di base e caratterizzanti generali, sullo studio di discipline caratterizzanti specifiche dell'ambito aziendale, ossia dell'area del marketing. Il curriculum inoltre prevede materie affini che completano la formazione di un laureato della classe di laurea L-18 e che consentono un suo agevole inserimento nel tessuto produttivo sia industriale che terziario.

Gli obiettivi formativi specifici dei singoli ambiti risultano essere:

- nell'ambito economico, dopo aver introdotto le nozioni di base di analisi economica, di microeconomia e macroeconomia, si svilupperanno competenze specifiche di economia industriale e di analisi della concorrenza;
- nell'ambito aziendale, si approfondiranno le nozioni di base relative all'amministrazione e alla gestione aziendale. In particolare, l'attenzione sarà focalizzata sulle strategie d'impresa nonché sulle diverse funzioni aziendali tra cui l'amministrazione, la logistica, il sistema distributivo. Infine, specifici approfondimenti saranno dedicati al marketing e alla comunicazione, impartendo nozioni di base riguardo le strategie e le politiche di marketing nonché l'applicazione ai vari settori (industriale, servizi, turismo e mercati internazionali) e la gestione delle attività di comunicazione;
- nell'ambito statistico-matematico, dopo aver impartito le nozioni di base dell'analisi matematica e della statistica descrittiva, si approfondirà la modellistica per l'analisi statistica dei mercati;
- nell'ambito giuridico, saranno forniti i principi fondamentali del diritto privato e del diritto pubblico dell'economia; inoltre, l'attenzione sarà rivolta all'approfondimento delle tematiche del diritto commerciale e del diritto dei consumi.

Il percorso formativo prevede non solo lezioni frontali, ma anche esercitazioni, laboratori, eventuali stage e tirocini presso aziende. 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.

La preparazione consente senza difficoltà la prosecuzione della formazione post-lauream (laurea magistrale e/o master).

Il percorso formativo che lo studente 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 le visite guidate ed i viaggi

studio, nonché gli interventi e le testimonianze, nell'ambito dei corsi caratterizzanti, di professionisti che operano in imprese attive a livello locale, nazionale ed internazionale. Modalità didattiche interattive puntano a trasferire agli studenti conoscenze approfondite nell'ambito aziendale e sviluppare attitudini e abilità di ascolto, di strategic thinking, team working, partecipazione e leadership. Le nozioni teoriche sono integrate da riscontri pratici, attraverso lo studio e la discussione di casi e incontri con manager di imprese nazionali ed internazionali. Tale impostazione didattica sollecita la partecipazione attiva e propositiva, la capacità di elaborazione autonoma e di comunicazione dei risultati del lavoro svolto. Pertanto, l'approfondimento e l'elaborazione delle conoscenze demandata allo studio personale assume una notevole rilevanza. A complemento degli strumenti offerti lo studente può usufruire di visite guidate, viaggi di studio, tirocini, stage e laboratori di simulazione di realtà imprenditoriali.

Gli insegnamenti del piano di studi, anche attraverso esercitazioni individuali e di gruppo, consentono di sviluppare nello studente la capacità di raccogliere e interpretare i dati tipici della gestione aziendale e, nello specifico del marketing. Nel piano di studi trovano collocazione anche specifici insegnamenti in cui gli studenti possono applicare le teorie e i concetti introdotti durante le lezioni. Tra le finalità di tali insegnamenti ci sono lo sviluppo della capacità di lavorare in gruppo, la capacità di selezionare le informazioni rilevanti, la definizione collegiale delle strategie, la giustificazione, anche dialettica, delle scelte effettuate. Ulteriori attività quali i laboratori e la discussione guidata di gruppo, nonché gli elaborati personali e le testimonianze dal mondo dell'impresa e delle professioni offrono allo studente altrettante occasioni per sviluppare in modo autonomo le proprie capacità decisionali e di giudizio.

Il corso di laurea prevede di sviluppare nei laureati la capacità di comunicare in modo chiaro e lineare, nelle materie oggetto di studio, le scelte elaborate ad interlocutori sia specializzati che non. Il percorso formativo prevede, per gli insegnamenti maggiormente caratterizzanti, lo svolgimento di attività seminariali svolte da gruppi di studenti su argomenti specifici. La prova finale offre allo studente un'ulteriore opportunità di approfondimento e verifica delle capacità di analisi, elaborazione e comunicazione del lavoro svolto. Essa prevede infatti la discussione davanti ad una commissione di un elaborato prodotto dallo studente. La partecipazione a stage, tirocini e soggiorni di studio all'estero completano lo sviluppo di abilità comunicative del singolo studente.

La capacità di apprendimento dello studente è sviluppata attraverso l'offerta di diversi strumenti che nel complesso gli consentiranno anche di intraprendere studi di livello superiore. Al fine di consentire una continua verifica e miglioramento della propria capacità di apprendere, viene dato molto rilievo al lavoro personale dello studente attraverso una attenta suddivisione delle ore di lavoro frontali e personali. Una rigorosa impostazione metodologica degli insegnamenti, la preparazione della prova finale, la partecipazione a stage, laboratori e tirocini aiutano lo studente a sviluppare la sua capacità di apprendimento. Ad ogni studente vengono offerti diversi strumenti per sviluppare capacità di apprendimento adeguate ad intraprendere studi di livello superiore.

Art. 3 – Requisiti per l'ammissione, modalità di verifica e recupero dei debiti formativi

1. Per essere ammessi al corso di laurea triennale è necessario il possesso del Diploma di scuola media superiore di durata quinquennale o di altro titolo di studio conseguito all'estero secondo quanto previsto dal Regolamento Didattico di Ateneo.

2. E' 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.

3. Tali conoscenze e abilità sono verificate attraverso una prova obbligatoria le cui modalità di svolgimento e i relativi criteri per il superamento delle eventuali carenze saranno resi pubblici ogni anno con il relativo bando di indizione delle prove. Ove la verifica non sia positiva, lo studente dovrà sostenere due esami da assolvere entro il primo anno di corso.

Art. 4 – Crediti formativi

A ciascun credito formativo universitario corrispondono 25 ore di impegno complessivo per studente.

I crediti inerenti le attività formative caratterizzanti, affini ed integrative sono acquisite dallo studente previo il superamento dell'esame di profitto.

Per quanto riguarda le altre attività formative si distingue:

1. *Attività a scelta dello Studente*: i crediti formativi sono acquisiti dallo studente previo il superamento dell'esame di profitto di un insegnamento di un corso triennale (art.10, comma 5, lettera a) del D.M. 270/2004) oppure il riconoscimento di ulteriori attività formative (art. 10 comma 5, lettera d) del D.M. 270/2004), ivi compresi gli eventuali stage e tirocini all'estero, in aggiunta all'obbligo previsto nel punto 2 del presente articolo, purché coerenti con il progetto formativo ed opportunamente documentate. Il riconoscimento dei crediti è automatico nei seguenti casi:
 - a. insegnamenti impartiti nei Corsi di Studio della classe L-18 attivi nell'Università degli Studi di Bari Aldo Moro;
 - b. insegnamenti impartiti in Corsi di Studio di altre classi triennali, attive nell'Università degli Studi di Bari Aldo Moro, appartenenti a settori scientifico disciplinari presenti nei Corsi di Studio della classe L-18 attivi del Dipartimento di Studi aziendali e giusprivatistici. Si sottolinea che non può essere scelto un insegnamento che risulti già attivo presso il Dipartimento di Studi aziendali e giusprivatistici.

Negli altri casi la scelta è soggetta all'approvazione preventiva del Consiglio di Corso di Laurea che dovrà valutarne la congruenza con il progetto formativo.

2. *Lingua straniera* (art. 10, comma 5, lettere c) e d) DM 270/2004): i crediti formativi sono acquisiti dallo studente, previa verifica obbligatoria della conoscenza di una lingua della comunità europea espressa con un voto, se richiesto. Tale voto non viene considerato ai fini del calcolo della media dei voti degli esami di profitto.
3. *Tirocini formativi*: (art. 10, comma 5, lettera d) del D.M. 270/2004) per le modalità di acquisizione dei crediti si rinvia a quanto stabilito dal Regolamento dei tirocini del Dipartimento di Studi Aziendali e Giusprivatistici.

E' prevista la 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 tre 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.

Art. 5 – Piano di Studi (Ordinamento didattico) e propedeuticità

Il quadro degli insegnamenti con l'indicazione dei settori scientifico disciplinare di riferimento, i crediti assegnati ad ogni insegnamento e la ripartizione in anni è riportato nell'allegato A del presente regolamento.

I crediti a scelta dello studente (12 CFU) e quelli relativi a laboratorio e seminari su competenze manageriali (2 CFU) possono essere acquisiti a partire dal II anno, rispettando la normativa vigente e l'organizzazione didattica del corso di studio.

Non sono previsti curricula e non è prevista la possibilità di presentare piani di studio individuali.

Coloro che scelgono lo *status* di studente impegnato a tempo parziale (NTIP) hanno a disposizione un percorso articolato in sei anni.

I tutor individuati dal Corso di Laurea garantiscono il sostegno agli studenti impegnati a tempo parziale per agevolare e monitorare il percorso formativo.

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.

Tutte le informazioni relative ai docenti del corso di studio ed alle attività di ricerca di supporto al corso di laurea sono riportate sulle pagine web dei dipartimenti a cui il docente afferisce.

La semplice variazione della denominazione di una disciplina nell'ambito dello stesso settore scientifico disciplinare non comporta modifica del presente regolamento.

Propedeuticità

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

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

Per le norme relative alle iscrizioni e alle frequenze, i periodi di inizio e di svolgimento delle attività e ogni altra indicazione ritenuta utile ai fini indicati si rimanda al Regolamento didattico di Ateneo.

Art. 6 – Curriculum

Le attività formative universitarie ed, eventualmente, extrauniversitarie, con le propedeuticità, che lo studente è tenuto obbligatoriamente a seguire ai fini del conseguimento del titolo, sono riportate nell'art. 5 del presente regolamento.

I crediti acquisiti a seguito di esami eventualmente sostenuti con esito positivo per insegnamenti aggiuntivi rispetto a quelli conteggiabili ai fini del completamento del percorso che porta al titolo di studio rimangono registrati nella carriera dello studente e possono dare luogo a successivi riconoscimenti ai sensi della normativa in vigore. Le valutazioni ottenute non rientrano nel computo della media dei voti degli esami di profitto.

Art. 7 – Programmazione didattica (Calendario didattico)

Il periodo per l'avvio di lezioni, esercitazioni, seminari, attività di laboratorio e integrative è fissato alla luce delle esigenze di funzionalità del percorso didattico, così come previsto dal Regolamento didattico di Ateneo.

Attività di orientamento, propedeutiche, integrative, di preparazione e sostegno degli insegnamenti ufficiali, nonché corsi intensivi e attività speciali, possono svolgersi anche in altri periodi, purché sia così deliberato dalle strutture competenti.

Il calendario degli esami di profitto, delle prove di verifica e dell'orario delle lezioni saranno stabiliti secondo le modalità stabilite dalla normativa vigente. Il numero annuale degli appelli, comunque non inferiore a sei, e la loro distribuzione entro l'anno sono stabiliti nel Regolamento Didattico di Ateneo, evitando, di norma, la sovrapposizione con i periodi di lezioni.

Le prove finali si svolgono sull'arco di almeno tre sessioni distribuiti nei seguenti periodi: da maggio a luglio; da ottobre a dicembre e da febbraio ad aprile.

Art. 8 – Verifiche del profitto

Gli esami di profitto possono essere orali e/o scritti e si svolgeranno 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.

Art. 9 – Prova finale e conseguimento del titolo

La prova finale per il conferimento del titolo di studio consiste nella discussione con un organo collegiale di un tema relativo ad un argomento specifico, in una disciplina del percorso formativo a scelta dello studente.

Per accedere alla prova finale lo studente deve:

- richiedere l'argomento della tesi,
- presentare il *modulo assegnazione tesi* (disponibile nel sito web del Dipartimento di studi aziendali e giusprivatistici) 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.

La composizione dell'organo collegiale è stabilita dal Regolamento didattico di Ateneo.

Ai fini della valutazione della prova finale la Commissione può attribuire da 0 a 4 punti e allo studente in corso, quale premio carriera, sono attribuiti ulteriori 3 punti.

Art.10 – Riconoscimento di crediti

Il Consiglio di corso di studio delibera 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.

Relativamente al trasferimento degli studenti da un corso di studio ad un altro, ovvero da una Università ad 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 ad 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.11 – Disposizioni finali

Per tutto quanto non previsto nel presente Regolamento didattico si rinvia alle norme di legge, allo Statuto, al Regolamento generale di Ateneo, al Regolamento didattico di Ateneo.

L18 – MARKETING E COMUNICAZIONE D'AZIENDA**Primo Anno**

Settore	Disciplina	CFU
IUS-01	Diritto privato	10
SECS-P/01	Istituzioni di economia politica	10
SECS-P/07	Ragioneria generale	10
SECS-P/08	Economia e gestione delle imprese	8
SECS-S/01	Statistica I	10
SECS-S/06	Matematica per l'economia	10

Secondo Anno

Settore	Disciplina	CFU
SECS-P/03	Scienza delle finanze	8
SECS-P/06	Economia industriale	8
SECS-P/07	Ragioneria applicata	8
SECS-P/08	Fondamenti di Marketing	8
SECS-P/11	Economia degli intermediari finanziari	8
SECS-S/01	Inferenza e tecniche di campionamento	8
SECS-S/06	Matematica finanziaria	6

Terzo Anno

Settore	Disciplina	CFU
IUS-04	Diritto commerciale	8
IUS-04	Diritto della concorrenza	6
SECS-P/08	Marketing strategico	8
SECS-P/08	Marketing esperienziale	8
SECS-P/08	Economia e tecnica della comunicazione	8

1 disciplina da 6 CFU a scelta dello studente tra:

Settore	Disciplina	CFU
IUS-01	Diritto privato dei consumi	6
SECS-P/08	Advertising management	6
SECS-S/04	Demografia	6
SECS-P/13	Merci e consumatori	6

Altre attività**CFU**

Attività a scelta dello studente	12
Lingua straniera <ul style="list-style-type: none"> - Lingua inglese - Lingua spagnola - Lingua francese - Lingua tedesca 	5
Laboratorio e Seminari su competenze manageriali	2
Tirocini formativi e di orientamento	2
Prova finale	3

CFU totali per il conseguimento del titolo**180**