

Corso di LAUREA in Management e Marketing Internazionale Classe LM77 Marketing e Mercati globali (MMG)

PIANO DI STUDIO a.a. 2022/2023

ANNO	ATTIVITÀ DIDATTICA	SSD	CFU	SEM	ORE	
PRIMO ANNO	Strategie aziendali e modelli di business	SECS-P/07	6	1	40	
	Marketing metrics (Mod. a)	SECS-P/08	6	1	40	
	Analisi dei big data (Mod.a+ Mod.b)	SECS-S/01	9	2	60	
	Un insegnamento a scelta fra:					
	Economia e politica dello sviluppo internazionale (Mod. a + Mod. b)	SECS-P/01	12	1	80	
	Firms and trends in global markets (Mod. a + Mod. b)	SECS-P/01	12	2	80	
	Un insegnamento a scelta fra:					
	International marketing (Mod. a + Mod. b)	SECS-P/08	9	2	60	
	Organizzazione internazionale e gestione delle risorse umane	SECS-P/10	9	2	60	
	Attività a libera scelta dello studente ¹		12			
	Totale CFU ANNO			54		
	SECONDO ANNO	Gestione della supply chain internazionale	SECS-P/08	6	1	40
		Digital e social media marketing	SECS-P/08	6	1	40
Cyber security e blockchain (Mod. a + Mod. b)		ING-INF/05	6	2	40	
Finanza Aziendale		SECS-P/09	9	2	60	
Un insegnamento a scelta fra:						
Diritto dei contratti e digitalizzazione		IUS/01	9	2	60	
International contract law		IUS/01	9	2	60	
Un insegnamento a scelta fra:						
Diritto industriale		IUS/04	6	2	40	
European company law		IUS/04	6	1	40	
Totale CFU ANNO			42			
Ulteriori conoscenze linguistiche (Business English)			6			
Tirocinio			6			
Prova finale		12				
Totale CFU			24			
TOTALE CFU CORSO DI LAUREA			120			

I programmi, i metodi di accertamento e gli **orari delle lezioni** delle attività didattiche sono consultabili nelle pagine web dei docenti ai link sugli insegnamenti o raggiungibili nel sito del Dipartimento di Economia e Diritto (<https://economiaediritto.unimc.it/it/didattica/elenco-insegnamenti/insegnamenti-aa-2022-23/>)

Gli **orari degli esami di profitto** sono consultabili nella Bacheca Appelli: <https://studenti.unimc.it/ListaAppelliOfferta.do>

Attività a libera scelta dello studente¹

Le attività a scelta dello studente sono un'opportunità di approfondimento, completamento e personalizzazione del percorso formativo stesso. Sono previste nel Piano di studi di ciascun Corso di Studi. Nelle Attività a libera scelta dello studente possono essere inseriti insegnamenti attivati in tutti i Dipartimenti dell'Ateneo purché siano ritenuti coerenti con il percorso

formativo dal Consiglio di Corso di Studio.

Il Corso di laurea in Marketing e Mercati Globali (Classe LM-77), per la copertura dei crediti a scelta previsti nel piano di studio, in particolare, consiglia le seguenti attività:

Attività a scelta dello studente	SSD	CFU	ORE	SEM
Advanced French	(L-LIN/04)	6	40	1
Economia delle istituzioni	SECS-P/02	6	40	1
Laboratorio di metodi computazionali	SECS-S/06	3	20	2
Aggregazioni aziendali e bilancio consolidato	SECS-P/07	6	40	1
Principi contabili internazionali e bilancio digitale	SECS-P/07	9	40	1
Chinese	(L-OR/21)	6	40	1
Advanced Spanish	(L-LN/07)	6	40	2
Russian	(L-LN/21)	6	40	2
Laboratorio di cloud computing	ING/INF-05	3	20	2
Economia del crimine e della illegalità	SECS-P/01	6	40	2
Arabic	(L-OR/12)	6	40	1/2
Advanced German	(L-LN/14)	6	40	1/2

NON possono essere inseriti nelle *Attività a libera scelta dello studente* oltre che gli insegnamenti dei corsi di laurea triennali anche i seguenti insegnamenti *per sovrapposizioni di programma e contenuti*:

Attività a scelta dello studente	SSD	CFU
Investment analysis and financial risk management	SECS-P/11	12
Corporate financial reporting and analysis	SECS-P/07	12

Propedeuticità tra esami

Sono definite le seguenti propedeuticità:

- ❖ [La frequenza delle lezioni non è obbligatoria, ma consigliata. Il CdS non prevede propedeuticità;](#)

Altre raccomandazioni/indicazioni:

- ❖ [Servizio di Tutorato](#) che orienta e assiste gli studenti durante tutto il corso di studi;
- ❖ [Obbiettivi formativi e sbocchi occupazionali del corso di studio.](#)