

Corso di LAUREA in Management e Marketing Internazionale Classe LM-77 Marketing e Mercati globali (MMG)

PIANO DI STUDIO a.a. 2024/2025

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	1/2	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	1	60	
Un insegnamento a scelta fra:						
Diritto industriale		IUS/04	6	1	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. 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 Management e Marketing Internazionale (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
Advanced German	L-LN/14	6	40	1/2
Advanced Spanish	L-LN/07	6	40	2
Arabic	L-OR/12	6	40	1/2
Chinese	L-OR/21	6	40	1
Economia del crimine e della illegalità	SECS-P/01	6	40	2
Economia delle istituzioni	SECS-P/02	6	40	1
Laboratorio di metodi computazionali	SECS-S/06	3	20	2
Laboratorio Certificazioni Refinitiv	SECS-P/11	3	20	2
Principi contabili internazionali e bilancio digitale	SECS-P/07	9	60	1
Revisione aziendale	SECS-P/07	6	40	1
Russian	L-LN/21	6	40	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;
- ❖ [Obiettivi formativi e sbocchi occupazionali del corso di studio.](#)