



UNIVERSITÀ di MACERATA
FACOLTÀ di ECONOMIA
DIPARTIMENTO di ISTITUZIONI ECONOMICHE e FINANZIARIE
**MASTER UNIVERSITARIO DI I LIVELLO in
MARKETING E DIREZIONE AZIENDALE**
Anno Accademico 2005-2006

BANDO DI CONCORSO

Art. 1 – Attivazione del Master

La Facoltà di Economia dell'Università degli Studi di Macerata attiva nell'Anno Accademico 2005-2006 un Master di I Livello in “*Marketing e direzione aziendale*”, di durata annuale, con percorso formativo di 60 CFU.

La segreteria organizzativa e amministrativa del Master è istituita presso il Dipartimento di Istituzioni Economiche e Finanziarie dell'Università di Macerata.

Art. 2 – Finalità del Master

Lo scopo del Master è quello di offrire un percorso di formazione ed approfondimento con alto livello di qualificazione nelle diverse aree del marketing strategico ed operativo, della pianificazione e del controllo. Le competenze e le capacità da sviluppare riguardano i processi e gli strumenti della funzione di vendita, da corredare con gli approfondimenti in tema di governo aziendale e del controllo di gestione. Una specializzazione nella funzione di marketing integrata con le altre funzioni aziendali direttamente collegate, per una migliore visione d'insieme della gestione e una capacità di dialogo con le altre figure manageriali.

Art. 3 – Percorso formativo

Il percorso formativo del Master, che consiste in 1.500 ore complessive di studio, di cui 300 ore di didattica d'aula, è così articolato:

PERCORSO FORMATIVO	CFU
A. Percorso base	32
B. Percorso di approfondimento	8
C. Project work/stage	17
D. Prova finale	3
TOTALE CREDITI	60

A. Il *percorso base* comprende 16 moduli didattici in aula (ciascuno di 15 ore e valutabile in 2 CFU) che impegnano, generalmente a settimane alterne, l'intero venerdì e il sabato mattina per un totale di 240 ore e **32 CFU**.

Completano il percorso di base le prove intermedie previste nel calendario didattico con una valutazione espressa in centesimi.

N.	MODULI DI BASE	SETT. SCIENT. DISCIPLINARI	CFU
1	Introduzione al marketing : concetti di base	Secs-P/08	2

2	Lo scenario del marketing	Secs-P/08	2
3	Ricerche di mercato e stima della domanda	Secs-P/08	2
4	Comportamenti d'acquisto	Secs-P/08	2
5	Il controllo di gestione nell'area commerciale-marketing	Secs-P/07	2
6	Gli aspetti organizzativi ed il marketing interno	Secs-P/10	2
7	Il controllo dei ricavi e dei margini di contribuzione	Secs-P/07	2
8	Il marketing strategico	Secs-P/08	2
9	Il controllo dei costi e dei risultati prodotto-mercato	Secs-P/07	2
10	Il prodotto	Secs-P/08	2
11	Le previsioni e le simulazioni economico-finanziarie	Secs-P/07	2
12	La comunicazione	Secs-P/08	2
13	La distribuzione	Secs-P/08	2
14	Il pricing	Secs-P/08	2
15	Il piano di marketing	Secs-P/08	2
16	Il Customer Relationship Management (CRM) e la Customer Satisfaction	Secs-P/08	2

B. Il *percorso di approfondimento* comprende due settimane integrative a scelta nell'ambito del programma formativo sotto riportato, ciascuna di 30 ore diversamente dispiegate nell'arco di una settimana. Ogni settimana, caratterizzata da un impegno di tipo *full immersion*, con esercitazioni ed attività concentrate, è valutabile in 4 CFU, per un totale di **8 CFU** per l'intero percorso di approfondimento (di 60 ore).

N.	MODULI DI APPROFONDIMENTO	SETT. SCIENT. DISCIPLINARI	CFU
1	Comunicazione e gestione delle risorse umane	Secs-P/10	4
2	Nuovi scenari del marketing	Secs-P/08	4
3	Analisi competitive, controllo di gestione e ICT	Secs-P/07	4
4	Marketing industriale e per l'innovazione	Secs-P/08	4

C. Per i non occupati il percorso formativo si potrà completare con uno *stage* in azienda al fine di sperimentare sul campo le competenze acquisite nella didattica d'aula e formare le professionalità attualmente più richieste dal mondo aziendale.

Gli occupati possono realizzare il *project work* sulla base della propria esperienza professionale. Il *project work* consiste in un elaborato, dal contenuto prevalentemente applicativo, realizzato da tutti i candidati con riferimento alle attività svolte nell'ambito dell'esperienza lavorativa o di stage.

Il *project work* prevede l'attribuzione di **17 CFU**.

D. La prova finale, che consiste nella discussione pubblica del *project work* davanti ad una commissione di docenti, prevede l'assegnazione di **3 CFU**. La commissione attribuisce una valutazione conclusiva espressa in centesimi.

Art. 4 – Frequenza

E' richiesta la frequenza di almeno il 75% del monte ore complessivo, comprensivo dei moduli di base e dei due moduli di approfondimento scelti. Si considerano acquisiti i singoli moduli di ap-

profondimento se frequentati per almeno il 75% delle ore previste in calendario per ciascuno di essi.

Art. 5 – Prove intermedie

Ulteriore condizione per il riconoscimento dei 40 Crediti Formativi Universitari (CFU) collegati alle attività svolte in aula è il sostenimento delle verifiche intermedie specificamente predisposte nel corso del Master. Il sostenimento di tutte le prove intermedie, secondo il calendario comunicato in aula, è obbligatorio.

Art. 6 – Prova finale e conferimento del titolo

Il Master si conclude con una prova finale, consistente in una discussione pubblica di un *project work*, che dà diritto all'acquisizione di 3 CFU.

Art. 7 – Condizioni di ammissione

Possono presentare domanda di ammissione al Master quanti sono in possesso di laurea quadriennale (vecchio ordinamento), di diploma universitario triennale (vecchio ordinamento), di laurea triennale o di laurea magistrale conseguiti in tutti i campi disciplinari presso un'Università italiana o straniera di pari grado. In quest'ultimo caso l'ammissione resta subordinata alla valutazione dell'idoneità del titolo, ai soli fini dell'iscrizione, da parte del Consiglio di Direzione del Master.

Possono presentare domanda di ammissione sotto condizione, con l'obbligo di produrre il certificato di laurea non appena conseguito il titolo, anche coloro che prevedono di laurearsi entro e non oltre l'ultimo appello di laurea dell'a.a. 2004/2005.

Possono presentare domanda di partecipazione al Master come uditori i non laureati, purché abbiano esperienza lavorativa attinente al tema del Master, con la sola possibilità di acquisire, a conclusione del percorso formativo previsto, avendo frequentato almeno il 75% delle attività d'aula, un attestato di frequenza.

Il numero massimo di posti è stabilito in **30**, il corso non viene effettuato se non si raggiunge la quota minima di **15** iscritti.

Art. 8 – Domanda di ammissione

La domanda di ammissione al Master, da redigere in carta libera su apposito modulo, è disponibile presso il Dipartimento di Istituzioni Economiche e Finanziarie – via Crescimbeni 20, 62100 Macerata – tel. 0733/258.3247-3241-3251-2647; fax 0733/258.3205 – o reperibile nei siti Internet: www.unimc.it/didattica/master e corsi di perfezionamento e www.economiamc.org/master.

Alla domanda devono essere allegati i seguenti documenti in carta libera:

- certificato di laurea da cui risultino la data di conseguimento, la votazione finale e le votazioni riportate nei singoli esami di profitto; per i candidati di cui al comma 2 dell'art. 7 è sufficiente la presentazione di un certificato riportante le votazioni conseguite nei singoli esami di profitto;
- curriculum vitae;
- eventuali altri titoli ed attestati che il candidato ritenga utili ai fini della selezione.

E' ammessa, in luogo della presentazione dei certificati, documenti, titoli ed attestati, una dichiarazione sostitutiva di certificazione (art. 2, Legge 15/1968 ed art. 46, D.P.R. 445/2000) da cui risultino gli stessi elementi.

Gli studenti stranieri devono produrre, oltre a quanto sopra indicato, il certificato di laurea con l'elenco degli esami sostenuti e la relativa votazione corredato di traduzione ufficiale in lingua

italiana e munito di legalizzazione e dichiarazione di valore in loco a cura della Rappresentanza Italiana, competente per territorio, nel Paese al cui ordinamento appartiene l'istituzione che ha rilasciato il titolo. Dovranno altresì allegare un'attestazione di conoscenza della lingua italiana. L'iscrizione di tali studenti resta tuttavia subordinata alla valutazione, da parte degli organi accademici, della idoneità del titolo ai soli fini dell'ammissione al Master, nonché all'esito della selezione prevista.

La domanda di ammissione può essere consegnata personalmente, inviata attraverso posta elettronica all'indirizzo: master.economia@unimc.it o essere spedita all'indirizzo postale: Dipartimento di Istituzioni Economiche e Finanziarie – Università di Macerata – Via Crescimbeni, 20 – 62100 Macerata; sulla busta deve comparire la dicitura “Domanda ammissione Master Marketing e direzione aziendale”.

La domanda deve pervenire alla Segreteria organizzativa del Master entro le ore 17:00 del 30 gennaio 2006. In caso di spedizione non fa fede il timbro postale di partenza. Il ritardo nella presentazione o nell'arrivo della domanda, qualunque ne sia la causa, comporta l'esclusione dalla selezione.

Art. 9 – Selezione

I candidati vengono sottoposti ad una prima selezione basata sulla valutazione del *curriculum vitae*. I candidati selezionati devono sostenere colloqui individuali, secondo un calendario successivamente comunicato, finalizzati ad accertare il livello di preparazione, il profilo motivazionale e le attitudini personali, il livello di conoscenza della lingua inglese e degli strumenti informatici di base.

Le selezioni sono effettuate da una commissione esaminatrice composta dai membri del Consiglio di Direzione del Master e può essere integrata con esperti sulle tematiche in esso trattate.

La graduatoria basata sul merito e sulle condizioni economiche, espressa in centesimi, viene trasmessa all'ufficio Ricerca Scientifica dell'Università di Macerata e pubblicata nei siti Internet: www.unimc.it/didattica/master e corsi di perfezionamento e www.economiamc.org/master.

I candidati che risultano ammessi devono far pervenire alla Segreteria organizzativa del Master, anche via fax o posta elettronica, entro due giorni non festivi dalla data di ricevimento della comunicazione di ammissione, la conferma di partecipazione al Master.

Art. 10 – Immatricolazione e tassa di iscrizione

La graduatoria di cui all'art. 9 ha valore di comunicazione ufficiale agli interessati.

La tassa di iscrizione al Master (comprensiva del bollo virtuale e di ogni altro onere) è determinata in **€ 4.800,00**, da pagare in due rate: la prima di € 2.400,00 da versare all'atto dell'immatricolazione e la seconda di € 2.400,00 da versare entro e non oltre il 3 luglio 2006. La frequenza alle lezioni nel periodo di settembre (inizio dopo la pausa estiva) e la possibilità di sostenere la prova finale resta vincolata al versamento della seconda rata. Le ricevute di entrambi i versamenti devono essere consegnate o fatte pervenire alla Segreteria Studenti (Viale Piave 42). In caso di rinuncia al Master non è previsto alcun rimborso di quanto versato.

Tutti i versamenti sono da effettuare preferibilmente presso uno sportello della Banca delle Marche, sul conto intestato all'Università degli Studi di Macerata (coordinate bancarie: ABI 06055 – CAB 13401 – CONTO 10250). Qualora si effettui il pagamento tramite bonifico bancario presso qualsiasi altro Istituto di credito, le coordinate bancarie complete da utilizzare (BBAN) sono: CIN I – ABI 06055 – CAB 13401 – CONTO 000000018281. Si raccomanda di citare sempre, oltre al cognome e nome dello studente, la causale del versamento: “Iscrizione al Master Marketing e direzione aziendale 2006”.

La domanda di immatricolazione, con allegate:

- copia della ricevuta del versamento della prima rata delle tasse,
- due fotografie formato tessera,
- copia di un documento di riconoscimento in corso di validità e del codice fiscale,

deve pervenire alla Segreteria Studenti, consegnata direttamente agli sportelli o anche per posta, **entro e non oltre le ore 12:00 del 27 febbraio 2006. Non fa fede il timbro postale di partenza.** In caso di mancata immatricolazione entro tale termine o di esplicita rinuncia degli aventi diritto, potranno subentrare i candidati idonei secondo l'ordine di graduatoria. A questi ultimi sarà data comunicazione con l'indicazione del termine definitivo per l'iscrizione.

Art. 11 – Agevolazioni

In relazione al numero degli iscritti e agli esiti degli accordi con enti ed aziende, sono previste esenzioni parziali dal pagamento delle tasse di iscrizione per coloro che sono classificati nei primi posti della graduatoria. I candidati che intendono usufruire delle agevolazioni previste devono compilare il modulo disponibile nei siti sopra indicati ed allegarlo alla domanda di ammissione. Gli aventi diritto riceveranno comunicazione.

Art. 12 – Sede e inizio del corso

Le lezioni del Master hanno inizio **venerdì 24 febbraio 2006 alle ore 9:00** e si svolgono presso le strutture dell'Ateneo, secondo il calendario reso noto il giorno stesso nella sede del Master.

Macerata, dicembre 2005

Il Direttore Amministrativo (dott. Rolando Garbuglia)

Il Rettore (prof. Roberto Sani)

Per ulteriori informazioni:

Facoltà di Economia

Segreteria organizzativa e didattica

Dipartimento di Istituzioni Economiche e Finanziarie

Via Crescimbeni, 20

62100 Macerata

T. 0733-258.3247-3241-3251-2647/ Fax 0733-258.3205

E-mail master.economia@unimc.it

Segreteria Studenti e Ufficio Orientamento

Call Center 0733 2582000

Televideo Rai 3 Marche pag. 853