



UNIVERSITÀ di MACERATA
FACOLTÀ di ECONOMIA
DIPARTIMENTO di ISTITUZIONI ECONOMICHE e FINANZIARIE
Master Universitario di I livello in
MARKETING E DIREZIONE AZIENDALE
IV edizione
anno accademico 2007/2008

BANDO DI CONCORSO

Art. 1 – Attivazione del Master

La Facoltà di Economia dell'Università degli Studi di Macerata attiva nell'anno accademico 2007/2008 un Master di I Livello in “*Marketing e Direzione Aziendale*”, di durata annuale, con l'acquisizione di 60 CFU pari a 1.500 ore di impegno complessivo.

La segreteria organizzativa, amministrativa e didattica del Master è istituita presso il Dipartimento di Istituzioni Economiche e Finanziarie dell'Università di Macerata, via Crescimbeni n. 20, 62100 Macerata (MC).

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	34
B. Percorso di approfondimento	8
C. Stage	15
D. Prova finale	3
TOTALE CREDITI	60

A. Il *percorso base* comprende, oltre alla lezione di apertura del master, 17 moduli didattici in aula (ciascuno di 14 ore e valutabile in 2 CFU) che impegnano, solitamente a settimane alterne, l'intero venerdì ed il sabato mattina, per un totale di 240 ore e 34 CFU.

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

N.	MODULI DI BASE	S.S.D.	CFU
1	Introduzione alla direzione aziendale e al marketing	SECS-P/07 SECS-P/08	2
2	Analisi dell'ambiente aziendale	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	Analisi dei costi per le decisioni aziendali	SECS-P/07	2
6	Il controllo di gestione nell'area commerciale-marketing	SECS-P/07	2
7	Gli aspetti organizzativi ed il marketing interno	SECS-P/10	2
8	Il controllo dei ricavi e dei margini di contribuzione	SECS-P/07	2
9	Il mix di prodotto	SECS-P/08	2
10	Il controllo dei costi e dei risultati prodotto-mercato	SECS-P/07	2
11	La gestione della comunicazione aziendale	SECS-P/08	2
12	Le previsioni e le simulazioni economico-finanziarie	SECS-P/07	2
13	Il pricing	SECS-P/08	2
14	Scelta e gestione dei canali distributivi	SECS-P/08	2
15	Il Customer Relationship Management (CRM) e la customer satisfaction	SECS-P/08	2
16	Il web marketing	SECS-P/08	2
17	Marketing industriale per l'innovazione	SECS-P/08	2

B. Il *percorso di approfondimento* comprende due moduli integrativi a scelta nell'ambito del programma formativo sotto riportato, ciascuno 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	S.S.D.	CFU
1	La gestione delle Risorse Umane	SECS-P/10	4
2	Il piano di marketing	SECS-P/08	4
3	Nuovi scenari del marketing per le PMI	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.

Per gli occupati il Consiglio di Direzione del Master valuterà la possibilità di riconoscere l'esperienza professionale sostitutiva dello *stage*.

Gli occupati possono realizzare il *project work* sulla base della propria esperienza professionale.

Tutti gli allievi, con riferimento alle attività svolte nell'ambito dell'esperienza lavorativa o di *stage*, sono tenuti a redigere un *project work* consistente in un elaborato dal contenuto prevalentemente applicativo.

D. La prova finale consiste nella discussione pubblica del *project work* davanti ad un'apposita commissione giudicatrice, che attribuisce una valutazione finale espressa in centesimi.

Art. 4 – Frequenza

È richiesta la frequenza di almeno il 75% del monte ore complessivo, comprensivo dei moduli di base e dei due moduli di approfondimento prescelti. I singoli moduli di approfondimento si considerano acquisiti se frequentati per almeno il 75% delle ore previste per ciascuno di essi dal calendario.

Art. 5 – Prove intermedie

Ulteriore condizione per il riconoscimento dei 42 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 che sarà 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* di cui all'art. 3.

A quanti superano con esito positivo la prova finale viene rilasciato il titolo di Master di I° livello in "Marketing e Direzione Aziendale", con acquisizione complessiva di 60 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 specialistica 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 coloro che prevedono di laurearsi entro e non oltre il mese di febbraio 2008, con l'obbligo di produrre il certificato di laurea non appena conseguito il titolo.

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, esclusi gli uditori di cui all'art. 13.

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 n. 20, 62100 Macerata (MC), tel. 0733/258.3247-3241-3251, fax 0733/258.3205 o reperibile nei siti internet www.unimc.it/master 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.

È ammessa, in luogo della presentazione di 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.

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

La domanda deve pervenire alla Segreteria organizzativa del Master entro e non oltre le ore 13:00 di venerdì 15 febbraio 2008. 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 giudicatrice 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 Formazione *Post Lauream* dell'Università di Macerata e pubblicata nei siti web www.unimc.it/master 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, che da quel momento possono provvedere all'immatricolazione.

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 4 luglio 2008. La frequenza delle lezioni a partire da tale data, nonché la possibilità di sostenere la prova finale per il conferimento del titolo, sono vincolate al versamento della seconda rata. Le ricevute di entrambi i versamenti devono essere consegnate o fatte pervenire all'Area Segreterie Studenti – Ufficio 5 – Corsi *Post Lauream*, viale Piave n. 42, 62100 Macerata (MC). 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 di tesoreria 010250). 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 (IBAN: IT22 I 06055 13401 000000018281). Si raccomanda di citare sempre, oltre al cognome e nome dello studente, la causale del versamento: “Iscrizione al Master Marketing e Direzione Aziendale” e l’anno accademico di riferimento (a.a. 2007/2008).

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 all’Area Segreteria Studenti – Ufficio 5 – Corsi *Post Lauream*, viale Piave n. 42, 62100 Macerata (MC), consegnata direttamente agli sportelli o anche per posta, **entro e non oltre le ore 12:00 di sabato 1 marzo 2008. In caso di spedizione 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 – Immatricolazione degli studenti stranieri

I cittadini comunitari non italiani ovunque residenti e i cittadini non comunitari regolarmente soggiornanti in Italia di cui all’art. 39, co. 5, del decreto legislativo n. 286/1998, come modificato dall’art. 26 della legge 30 luglio 2002, n. 189 “Modifica alla normativa in materia di immigrazione ed asilo”, presentano o spediscono la domanda di immatricolazione direttamente all’Università allegando la documentazione prescritta dal bando debitamente corredata di traduzione ufficiale in lingua italiana, (la traduzione deve essere fatta eseguire a cura degli interessati che potranno eventualmente rivolgersi a traduttori locali e dovrà comunque essere confermata dalla rappresentanza italiana competente per territorio, alla quale i candidati potranno rivolgersi per ogni informazione) munita di legalizzazione e di dichiarazione di valore in loco a cura della Rappresentanza italiana competente nel paese al cui ordinamento appartiene l’istituzione che ha rilasciato il titolo.

I cittadini non comunitari residenti all’estero presentano domanda di immatricolazione alla Rappresentanza diplomatica italiana del paese di origine o di ultima residenza che ne effettuerà la trasmissione all’Università avendo cura di verificare che il titolo accademico posseduto dall’interessato sia equiparabile per durata e contenuto al titolo accademico richiesto per l’accesso al corso prescelto. L’iscrizione, tuttavia resta subordinata alla valutazione della idoneità del titolo da parte dei competenti Organi Accademici ai soli fini dell’iscrizione ed al superamento dei rispettivi esami di ammissione, ove previsti.

Per ulteriori informazioni consultare la circolare ministeriale n. 658 del MUR del 21 marzo 2005.

Art. 13 – Uditori iscritti alla precedente edizione del Master

Gli uditori non laureati regolarmente iscritti alla terza edizione del Master (a.a. 2005/2006) che entro la scadenza della domanda di cui all'art. 8 abbiano conseguito la laurea, nel rispetto di quanto previsto dai commi 1 e 2 dell'art. 7, possono iscriversi al Master per l'a.a. 2007/2008, compilando il modulo ad essi riservato.

Ai fini del conseguimento del titolo di Master tali soggetti sono esonerati dal pagamento della tassa di iscrizione (ad esclusione dell'imposta di bollo pari ad € 14,62 e della tassa regionale per il diritto allo studio pari ad € 90,00) e dalla frequenza delle lezioni, purché nella passata edizione abbiano rispettato il requisito di cui all'art. 4 del presente bando; sono obbligati, invece, al rispetto di quanto indicato ai punti C e D dell'art. 3, nonché al superamento delle prove intermedie di cui all'art. 5.

Art. 14 – Sede e inizio del corso

Le lezioni del Master hanno inizio **venerdì 14 marzo 2008 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 2007

Il Rettore
prof. Roberto Sani

Il Direttore Amministrativo
dott. Rolando Garbuglia

Il Direttore del Master
prof.ssa Elena Cedrola

Per ulteriori informazioni:

Segreteria organizzativa, amministrativa e didattica del Master

Dipartimento di Istituzioni Economiche e Finanziarie

via Crescimbeni n. 20 – 62100 Macerata (MC)

tel. 0733/258.3247 – 3241 – 3251

cell. 334/9803386

fax 0733/258.3205

e-mail: master.economia@unimc.it

www.economiamc.org/master

www.master-marketing.it

Area Segreterie Studenti

Call Center 0733/258.2000

Televideo Rai 3 Marche pag. 853

Area Ricerca Scientifica e Alta Formazione

Ufficio Formazione Post Lauream

tel. 0733/258.2654

e-mail: f.bozzi@unimc.it