



**UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MACERATA
FACOLTÀ di ECONOMIA
DIPARTIMENTO di ISTITUZIONI ECONOMICHE e FINANZIARIE**

**Master Universitario di I° livello in
MARKETING E DIREZIONE AZIENDALE
VI edizione
anno accademico 2010/2011**

BANDO DI SELEZIONE

Art. 1 – Attivazione

La Facoltà di Economia dell'Università degli Studi di Macerata attiva nell'anno accademico 2010/2011 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 degli Studi di Macerata, via Crescimbeni n. 20, 62100 Macerata (MC); e-mail: master.economia@unimc.it.

Art. 2 – Finalità

Lo scopo del Master è quello di offrire un percorso di formazione e di 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 tipici della funzione di marketing, da corredare con gli approfondimenti in tema di governo aziendale e di 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

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

B. Il percorso di approfondimento comprende:

N.	MODULI DI APPROFONDIMENTO	S.S.D.	CFU
1	La Gestione delle Risorse Umane	SECS-P/10	4
2	Nuovi scenari del marketing per le PMI	SECS-P/08	4
3	Il piano di marketing	SECS-P/08	4
4	Il selling e la gestione della forza vendita	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 coloro che svolgono attività lavorativa, in sostituzione dello *stage*, il Consiglio di Direzione del Master valuterà la possibilità di riconoscere l'esperienza professionale presso il proprio ente di appartenenza, da autocertificare.

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 su un tema preventivamente concordato con il Consiglio di Direzione del Master. Il *project work* è oggetto di valutazione finale e concorre pertanto a determinare la valutazione complessiva.

Art. 4 – Sede e frequenza

Le lezioni del Master hanno inizio giovedì 14 ottobre 2010 e termineranno indicativamente a luglio 2011. Si svolgono presso le strutture dell'Ateneo, secondo il calendario reso noto il giorno stesso nella sede del Master.

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 crediti collegati alle attività svolte in aula è il sostenimento delle verifiche intermedie, valutate in centesimi, specificamente predisposte nel corso del Master. Si intende

superata la verifica se lo studente ottiene un punteggio almeno pari a **60** centesimi. Il sostenimento di tutte le prove intermedie, secondo il calendario che sarà comunicato in aula, è obbligatorio. I risultati conseguiti nelle prove intermedie concorrono, insieme alla prova di esame finale e alla percentuale delle frequenze, a determinare il voto complessivo del corso.

Art. 6 – Prova finale e conferimento del titolo

Il Master si conclude con una prova finale, valutata in centesimi con eventuale menzione della lode, consistente nella discussione pubblica del *project work* di cui all'art. 3.

A quanti, in regola con l'obbligo di frequenza, hanno superato con esito positivo tutte le prove previste viene rilasciato il titolo di **Master di I livello in “Marketing e Direzione Aziendale”**, con attribuzione di **60 crediti formativi**. La prova finale può essere ripetuta una volta soltanto in caso di votazione inferiore a 60 centesimi, secondo le modalità stabilite dal Consiglio di Direzione.

Per essere ammessi alla prova finale i candidati dovranno essere in regola con il pagamento delle tasse .

Soltanto gli studente ammessi a sostenere la prova finale sono tenuti a presentare la **domanda di conseguimento del titolo** di Master, compilata in carta semplice, su modulo disponibile alla pagina <http://www.unimc.it/af/area-studenti/conseguimento-titolo>. La suddetta domanda deve pervenire all'Area Ricerca Scientifica e Alta Formazione – Ufficio Formazione Post Lauream (Piaggia della Torre, 8 – 62100 Macerata) almeno trenta giorni prima della data fissata per l'esame finale del corso. Ad essa vanno allegati:

- il modello di autorizzazione alla diffusione dei dati personali (disponibile alla pagina <http://www.unimc.it/af/area-studenti/conseguimento-titolo>);
- copia della ricevuta di versamento di € 30,00 (comprensiva di bollo virtuale e di ogni altro onere) a titolo di contributo per il rilascio del diploma.

Il versamento va effettuato preferibilmente presso uno sportello della Banca delle Marche, sul conto di tesoreria intestato all'Università degli Studi di Macerata 010250. Qualora si effettui il pagamento tramite bonifico bancario presso qualsiasi altro istituto di credito, le coordinate bancarie complete da utilizzare sono: IBAN IT22I0605513401000000018281. Si raccomanda di citare sempre, oltre al cognome e nome dello studente, il codice del corso (pubblicato nel sito www.unimc.it/af/master), la causale del versamento: “contributo diploma Master Marketing e Direzione Aziendale” e l'anno accademico di riferimento (2010 per l'anno accademico 2010/2011).

Gli uditori che abbiano frequentato almeno il 75% delle attività d'aula potranno conseguire un certificato di frequenza.

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 l'ultima sessione utile dell'anno accademico 2009/2010, (comunque non oltre il mese di aprile 2011), con l'obbligo, se ammessi, di perfezionare l'iscrizione, secondo le modalità illustrate al successivo art. 10, entro e non oltre 10 giorni dal conseguimento del titolo di Laurea.

Il corso si tiene in lingua italiana, pertanto ai candidati stranieri è richiesta un'ottima conoscenza della stessa.

Il numero massimo di posti è stabilito in 30 compresi gli **uditori**. Il corso non viene effettuato se non si raggiunge un congruo numero di iscritti, stabilito dal Consiglio di Direzione.

Art. 8 – Domande di ammissione

La domanda di ammissione al Master, per studenti e uditori, 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/af/master e www.unimc.it/economia/offerta-formativa .

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 (in alternativa sarà possibile presentare la dichiarazione sostitutiva di certificazione ai sensi dell'art. 46 del D.P.R. 445/2000) (solo per gli studenti)

- 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 (in alternativa sarà possibile presentare la dichiarazione sostitutiva di certificazione ai sensi dell'art. 46 del D.P.R. 445/2000);
- *curriculum vitae*;
- eventuali altri titoli ed attestati che il candidato ritenga utili ai fini della selezione;
- copia di un documento di riconoscimento in corso di validità;
- copia della Dichiarazione Sostitutiva Unica e dell'attestazione I.S.E.E relativa all'anno solare precedente rispetto all'anno accademico al quale lo studente risulta iscritto.

È ammessa, in luogo della presentazione di certificati, documenti, titoli ed attestati, una dichiarazione sostitutiva di certificazione (art. 46 del 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 degli Studi 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, amministrativa e didattica del Master entro e non oltre le ore 13.00 di 14 settembre 2010. 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 dei titoli. I candidati selezionati devono sostenere colloqui individuali 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.

I colloqui di selezione avranno luogo presso la sede della segreteria organizzativa amministrativa e didattica del Master di cui all'art. 1, alle ore 14,00 di giovedì 16 settembre 2010.

Le selezioni sono effettuate da una commissione giudicatrice composta dai membri del Consiglio di Direzione del Master ed eventualmente integrata con esperti sulle tematiche in esso trattate.

La commissione giudicatrice assegna a ciascun candidato un punteggio, espresso in centesimi, secondo i seguenti criteri di valutazione:

Criteri di valutazione	Punteggio massimo attribuibile
Titoli	50/100
Colloquio	50/100

A parità di punteggio verrà data precedenza al candidato in possesso della minore età anagrafica.

La graduatoria generale 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 www.unimc.it/af/master **entro e non oltre lunedì 27 settembre ore 13,30.**

La graduatoria ha valore di comunicazione ufficiale agli interessati, che da quel momento possono provvedere all'immatricolazione.

Art. 10 – Iscrizione degli ammessi e tassa

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'iscrizione e la seconda di € 2.400,00 da versare entro e non oltre martedì 5 febbraio 2011** 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. Il mancato rispetto delle scadenze relative al versamento della prima e della seconda rata della tassa di iscrizione al Master comporta il pagamento di un'indennità di mora aggiuntiva, pari ad € 25,00 per ciascuna, da corrispondere entro trenta giorni dai termini fissati.

Essendo la tassa di iscrizione al di fuori del campo I.V.A., ai sensi degli artt. 1 e 4 del D.P.R. 633/1972 e successive modifiche, l'Università non rilascia fattura.

Le ricevute di entrambi i versamenti devono essere consegnate o fatte pervenire all'Area Ricerca Scientifica e Alta Formazione – Ufficio Formazione Post Lauream (Piaggia della Torre 11, 62100 Macerata – Fax 07332582677).

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 di tesoreria intestato all'Università degli Studi di Macerata 010250. Qualora si effettui il pagamento tramite bonifico bancario presso qualsiasi altro istituto di credito, le coordinate bancarie complete da utilizzare sono: IBAN IT2210605513401000000018281. Si raccomanda di citare sempre, oltre al cognome e nome dello studente, il codice del corso (pubblicato nel sito www.unimc.it/af/master), la causale del versamento: "Iscrizione al Master Marketing e Direzione Aziendale" e l'anno accademico di riferimento (2010 per l'anno accademico 2010/2011).

La domanda di iscrizione, disponibile sul sito www.unimc.it/af/master, dovrà essere compilata **on line e stampata**. La stampa della domanda di iscrizione, completa di firma autografa, con allegate:

- copia della ricevuta del versamento della prima rata delle tasse,
- due fotografie formato tessera,
- copia in fronte retro di un documento di riconoscimento in corso di validità;
- copia del codice fiscale;
- copia autenticata del titolo di studio posseduto, tradotto, legalizzato, munito di dichiarazione di valore in loco effettuata dalla Rappresentanza Diplomatica Italiana del Paese in cui il titolo è stato conseguito (solo per i candidati comunitari ed extracomunitari);
- copia del permesso di soggiorno in corso di validità o copia della ricevuta attestante l'avvenuta richiesta di tale permesso (solo per i candidati extracomunitari),

deve pervenire all'Area Ricerca Scientifica e Alta Formazione – Ufficio Formazione Post Lauream (Piaggia della Torre 8, 62100 Macerata), consegnata direttamente agli sportelli o spedita tramite raccomandata A/R, entro e **non oltre le ore 13.30 05 ottobre 2010. Fa fede il timbro postale di partenza.**

Il **pagamento** della prima rata **non costituisce iscrizione** : questa deve essere perfezionata con la presentazione all'Ufficio Post Lauream della domanda e degli altri documenti necessari entro il termine previsto.

L'Ufficio Formazione Post Lauream non risponde di eventuali ritardi nella consegna, smarrimento delle buste o documentazione incompleta.

In caso di disattivazione del Master per mancato raggiungimento del numero di iscritti necessario, stabilito dal Consiglio di Direzione dello stesso, gli studenti sono rimborsati, a domanda, del contributo di iscrizione ad esclusione dell'imposta di bollo, pari ad € 14,02.

In caso di mancata iscrizione 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. Sarà possibile subentrare nell'iscrizione solo a condizione che non sia stato svolto il 20% della didattica frontale.

Studenti stranieri

I/Le cittadini/e comunitari/e non italiani/e ovunque residenti e i/le cittadini/e non comunitari/e 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 iscrizione direttamente all'Università** allegando la documentazione prescritta dal bando debitamente corredata del titolo di studio posseduto, tradotto ufficialmente in lingua italiana, munito 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 suddetto titolo. La traduzione è fatta eseguire a cura degli interessati che possono eventualmente rivolgersi a traduttori locali e deve comunque essere confermata dalla Rappresentanza italiana competente per territorio alla quale i candidati possono rivolgersi per ogni informazione. Se in Italia possono rivolgersi al Tribunale di zona o a traduttori ufficiali.

I/Le cittadini/e non comunitari/e residenti all'estero presentano la **domanda di iscrizione**, unitamente al titolo di studio posseduto, **alla Rappresentanza diplomatica italiana** del Paese di origine o di ultima residenza che ne effettuerà la trasmissione all'Università.

L'iscrizione, tuttavia, resta subordinata alla valutazione dell'idoneità del titolo da parte dei competenti Organi Accademici, ai soli fini dell'iscrizione, ed al superamento della selezione.

La normativa di riferimento è reperibile nel sito: <http://www.studiare-in-italia.it/studenti stranieri/>.

Art. 11 – Agevolazioni

In relazione al numero degli iscritti e agli esiti degli accordi con enti ed aziende, sono previste esenzioni parziali dal pagamento della tassa di iscrizione, ad esclusione dell'imposta di bollo (€ 14,62) e della tassa regionale per il diritto allo studio (€ 90,00), secondo requisiti di merito e di reddito, 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 – Incompatibilità

Ai sensi dell' art. 142 T.U. 1592/1933 è vietato iscriversi contemporaneamente a più corsi di studio universitari: pertanto i partecipanti al Master di cui al presente bando non possono iscriversi nel medesimo anno accademico ad un altro Master, Scuola di Specializzazione, Dottorato di Ricerca, Corso di Laurea o Laurea Specialistica/Magistrale. Gli iscritti ad uno dei corsi per cui vige l'incompatibilità possono effettuare un'iscrizione condizionata al Master, entro i termini previsti dal bando, purché i due corsi si riferiscano ad anni accademici diversi ed il titolo del primo venga acquisito prima del termine del Master. Immediatamente dopo l'acquisizione del primo titolo, l'iscrizione al Master deve essere perfezionata con il pagamento della relativa tassa, pena la decadenza dall'iscrizione stessa.

Art. 13 – Consiglio di Direzione

Per l'anno accademico 2010/2011 e comunque fino alla chiusura didattica e amministrativa del Master, sono nominati Membri del Consiglio di Direzione, la Prof.ssa Francesca Bartolacci, il Prof. Nicola Castellano, la Prof.ssa Elena Cedrola, il Prof. Federico Niccolini, la Prof.ssa Antonella Paolini, la Prof.ssa Patrizia Silvestrelli. È nominata Direttore del Master la Prof.ssa Elena Cedrola.

Art. 14 – Trattamento dei dati personali

I dati personali forniti dagli studenti saranno trattati per le operazioni connesse all'iscrizione e alla frequenza del corso, secondo le disposizioni del d.lgs. 196/2003 e successive modificazioni.

Art. 15– Norme finali

Per quanto non contemplato nel presente bando si rinvia alla normativa vigente in quanto compatibile.

Macerata,

Il Rettore
Prof. Roberto Sani

Il Direttore Amministrativo
Dott.ssa Maria Grazia Copponi

Il Direttore del Master
Prof.ssa Elena Cedrola

Per ulteriori informazioni:

Segreteria organizzativa, amministrativa e didattica del Master

Dipartimento di Istituzioni Economiche e Finanziarie e
via Crescimbeni n. 20 – 62100 Macerata (MC)
tel. 0733 258 3247 – 3241 – 3251
fax 0733 258 3205
master.economia@unimc.it

Area Ricerca Scientifica e Alta Formazione Ufficio Formazione Post Lauream

Dott.ssa Maria Tiziana Priori
Tel. 0733 258 2895
Dott.ssa Ilenia Paciaroni
Tel. 0733 258 2654
Dott.ssa Iliaria Domizi
Tel. 0733 258 2882
postlauream@unimc.it

