



**UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MACERATA
DIPARTIMENTO DI ECONOMIA E DIRITTO
Master Universitario di I° livello in
MARKETING E DIREZIONE AZIENDALE
VII edizione
anno accademico 2012/2013**

BANDO

Art. 1 – Attivazione

Il Dipartimento di Economia e diritto dell'Università degli Studi di Macerata attiva nell'anno accademico 2012/2013 la settima edizione del Master di I Livello in **"Marketing e direzione aziendale"**, di durata annuale, con l'acquisizione di 60 crediti formativi, pari a 1.500 ore di impegno complessivo.

La Segreteria amministrativa del corso è stabilita presso il Dipartimento di Economia e Diritto dell'Università degli Studi di Macerata, via Crescimbeni n. 20 - 62100 Macerata (MC); referente Lucio Pupilli; tel 0733 2583206 - mail: master.economia@unimc.it.

Art. 2 – Finalità

Il corso intende approfondire le tematiche tipiche di un corretto approccio al marketing, determinante per la correlazione azienda/mercato/concorrenza. La particolarità del corso è il voler corredare il bagaglio delle suddette conoscenze di marketing con i processi e gli strumenti di gestione e controllo. In tal senso è previsto un forte collegamento con il mondo operativo e la presenza di manager provenienti da aziende operanti sul territorio regionale e nazionale.

Art. 3 – Profilo professionale

Scopo del corso 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 propri della funzione di vendita, da corredare con approfondimenti in tema di governo aziendale e controllo di gestione. L'obiettivo è quello di formare una figura specializzata nella funzione di marketing integrata con le altre funzioni aziendali direttamente collegate, per fornire una visione d'insieme della gestione aziendale che aiuti a sviluppare capacità di dialogo con le altre figure manageriali.

Art. 4 – Sede, durata, frequenza e calendario

Le lezioni del Master hanno **inizio il 19/04/2013** e terminano indicativamente nel mese di aprile 2014. Si svolgono presso le strutture dell'Ateneo, secondo il calendario reso noto il

giorno stesso nella sede del Master e hanno luogo, di norma, nei giorni di venerdì (mattino e pomeriggio) e sabato (mattino), solitamente a settimane alterne.

La frequenza è obbligatoria e non può essere in ogni caso inferiore al 75% delle ore previste per ogni tipologia di attività del corso (lezioni relative ai moduli di base, lezioni relative ai moduli di approfondimento, stage, project work, etc.).

Art. 5 – Percorso formativo

Il programma prevede un percorso base (17 moduli didattici) ed uno di approfondimento (almeno 2 moduli integrativi a scelta tra quelli proposti, limite previsto per il calcolo del numero minimo di ore richieste per il conseguimento del titolo).

La didattica frontale è affiancata da lavori di gruppo, casi aziendali e seminari.

Il percorso formativo del Master, che consiste in 1.500 ore complessive di studio, **di cui 304 ore di didattica d'aula, 696 ore di studio di esercitazioni, seminari, lavori di gruppo e studio individuale e 500 ore di stage/attività in azienda è così articolato:**

PERCORSO FORMATIVO	CFU
A. Percorso base	34
B. Percorso di approfondimento	8
C. Stage/attività in azienda	15
D. Prova finale	3
TOTALE CREDITI	60

A. Il percorso base comprende

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

B. Il percorso di approfondimento comprende:

N.	MODULI DI APPROFONDIMENTO	S.S.D.	ORE MININE	CFU
-----------	----------------------------------	---------------	-------------------	------------

	(ALMENO 2 A SCELTA)		PREVISTE	
1	La gestione delle Risorse Umane	SECS-P/10	24	4
2	Analisi statistica dei dati	SECS-P/08	24	4
3	Il piano di marketing	SECS-P/08	24	4
4	Il selling e la gestione della forza vendita	SECS-P/08	24	4
5	Seminari di orientamento al lavoro	SECS-P/08 SECS-P/07	18	--

Il percorso formativo comprende inoltre un modulo di n. 18 ore dedicato a fornire informazioni sulle opportunità di lavoro sia a livello regionale e nazionale che internazionale. Sono previsti seminari di orientamento e di formazione per la preparazione dei cv e per la gestione dei colloqui di lavoro.

C. Per i non occupati il percorso formativo deve essere completato 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 valuta la possibilità di riconoscere l'esperienza professionale presso il proprio ente di appartenenza, da autocertificare.

Tutti gli studenti, 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.

Prove intermedie di verifica

Ulteriore condizione per il riconoscimento dei crediti collegati alle attività svolte in aula è il sostenimento delle verifiche intermedie, valutate in trentesimi, con eventuale indicazione della lode, specificamente predisposte nel corso del Master. La verifica si intende superata se lo studente ottiene un punteggio almeno pari a 18/30. Il sostenimento di tutte le prove intermedie, secondo il calendario 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. L'ammissione alle prove intermedie è subordinata alla verifica della regolare partecipazione alle attività previste per i moduli oggetto delle stesse da parte del Direttore del corso.

Prova finale

La prova finale consiste nella discussione pubblica del project work elaborato, davanti ad una Commissione appositamente nominata. Tale prova è valutata in centodecimi con eventuale indicazione della lode. La valutazione è considerata positiva se il candidato ottiene un punteggio almeno pari a 66/110. La prova finale può essere ripetuta una sola volta in caso di votazione inferiore a 66/110, secondo le modalità stabilite dal Consiglio di Direzione.

È consentita l'ammissione all'esame finale solo dopo il superamento di tutte le prove intermedie, previa verifica della partecipazione alle attività previste per ciascun singolo modulo.

Gli studenti ammessi a sostenere la prova finale sono tenuti a presentare la **domanda di conseguimento del titolo** di Master, **compilata in bollo**, su modulo reperibile 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, corredata della copia della ricevuta di versamento della quota di € 30,00 (comprensiva del bollo virtuale e di ogni altro onere) a titolo di contributo per il rilascio del diploma.

Il versamento della quota di € 30,00 va effettuato preferibilmente presso uno sportello della Banca delle Marche, sul conto di tesoreria 010250 intestato all'Università degli Studi di Macerata. Qualora si effettui il pagamento tramite bonifico bancario, presso un qualsiasi altro Istituto di credito, le coordinate bancarie complete da utilizzare sono: IBAN IT22I0605513401000000018281 – SWIFT BAMAIT3AXXX. È obbligatorio citare sempre, oltre al cognome e nome dello studente, il codice del corso di studio (indicato nel sito <http://www.unimc.it/af/master/12/marketing-e-direzione-aziendale>), la causale del versamento (contributo diploma Master in Marketing e direzione aziendale) e l'anno di riferimento (2014 per l'anno accademico 2012-2013).

Titolo conseguibile

A conclusione del corso, l'Università degli Studi di Macerata rilascia a quanti, in regola con gli obblighi previsti dal presente bando, hanno superato con esito positivo tutte le prove, il titolo di Master universitario di I livello in "**Marketing e direzione aziendale**", ai sensi dell'art. 3 del D.M. 270/2004, con attribuzione complessiva di 60 crediti formativi.

Art. 6 – Condizioni di ammissione

Possono presentare domanda di iscrizione al Master quanti sono in possesso di laurea o di diploma universitario triennale del vecchio ordinamento (antecedente all'entrata in vigore del D.M. 509/1999) o di laurea triennale o specialistica o magistrale del nuovo ordinamento, conseguita, in tutti i campi disciplinari, presso un'Università italiana o straniera di pari grado. In quest'ultimo caso l'iscrizione resta subordinata alla valutazione dell'idoneità del titolo, ai soli fini dell'iscrizione, da parte del Consiglio di Direzione del Master.

Ai candidati stranieri è richiesta una buona conoscenza della lingua italiana.

È consentito l'ammissione al corso, con riserva, a coloro che, iscritti ad uno dei corsi per cui vige l'incompatibilità di cui al successivo art. 13 ed in debito del solo esame finale (all'atto della conferma dell'iscrizione di cui al successivo art. 10), prevedono di conseguire il relativo titolo entro e non oltre il mese di aprile 2013, con l'obbligo di effettuare l'iscrizione al Master secondo le modalità illustrate al successivo art. 9. Entro dieci giorni dal conseguimento del titolo, l'iscrizione al Master deve essere perfezionata con il pagamento della relativa tassa, pena la decadenza dall'iscrizione stessa.

Il numero massimo dei posti disponibili è stabilito in **30**. Il Consiglio di Direzione si riserva la facoltà di effettuare il corso anche nel caso non venga raggiunto il numero minimo di 14 iscritti.

È ammessa la partecipazione al Master in qualità di uditori (art. 7) anche a coloro che non sono in possesso del titolo richiesto per l'ammissione. Il Consiglio di Direzione si riserva di determinare la composizione della classe nel rispetto del numero massimo stabilito.

Art. 7 – Uditori

Il Master prevede, anche per eventuali interessati che non possiedano il titolo richiesto per l'ammissione, la possibilità di partecipare in qualità di **uditori**, secondo le modalità e i termini indicati al successivo art. 8.

Gli uditori possono essere ammessi fino a completamento dei posti disponibili e sono selezionati sulla base del curriculum vitae et studiorum. A seguito di tale valutazione è stilata apposita graduatoria pubblicata nel sito <http://www.unimc.it/af/master/12/marketing-e-direzione-aziendale> entro il 15/03/2013.

La graduatoria ha valore di comunicazione ufficiale agli interessati, che da quel momento possono provvedere alla conferma della propria iscrizione, secondo le modalità e i termini indicati all'art. 10.

Al termine delle lezioni, previa verifica della frequenza ad almeno il 75% delle attività d'aula, l'Università degli Studi di Macerata può rilasciare agli uditori che ne facciano richiesta, un certificato di frequenza senza attribuzione di crediti formativi, nel rispetto di quanto previsto dalla normativa vigente in materia (art. 15 L. 183/2011).

Art. 8 - Iscrizione

La **domanda di iscrizione**, disponibile nel sito <http://www.unimc.it/af/master/12/marketing-e-direzione-aziendale>, deve essere compilata on line e stampata. Alla stampa della domanda di iscrizione, completa di firma, devono essere allegate:

- una fotografia formato tessera;
- copia in fronte retro di un documento di riconoscimento in corso di validità;
- curriculum firmato contenente dichiarazione, resa ai sensi degli artt. 46 e 47 del D.P.R. 445/2000, circa gli studi compiuti con indicazione delle votazione finale ed eventuali attestati e titoli che il candidato ritenga utili ai fini della selezione e le eventuali esperienze formative e professionali maturate.

Dal 1 gennaio 2012 sono entrate in vigore nuove norme che riguardano la validità e l'utilizzo dei certificati nella Pubblica Amministrazione.

La Pubblica Amministrazione non può più accettare né richiedere certificati contenenti informazioni già in suo possesso.

Tali novità non si applicano a certificati che contengono informazioni non in possesso della Pubblica amministrazione italiana.

Alla domanda di iscrizione, possono essere allegate, per coloro che intendono usufruire delle agevolazioni previste al successivo art. 13:

- domanda di partecipazione alla selezione per l'esenzione dal pagamento alla seconda rata di di studio;
- copia della D.S.U. e dell'attestazione I.S.E.E. relativa all'anno solare 2011.

I cittadini comunitari non italiani ovunque residenti e i cittadini non comunitari regolarmente soggiornanti in Italia, di cui all'art. 39, comma 5, del decreto legislativo n. 286/1998, come modificato dall'art. 26 della legge 30 luglio 2002, n. 189, devono inoltre allegare:

- copia autenticata del titolo di studio posseduto, tradotto in lingua italiana, legalizzato e munito di dichiarazione di valore in loco effettuata dalla Rappresentanza Diplomatica Italiana nel Paese al cui ordinamento appartiene l'istituzione che ha rilasciato il suddetto titolo.

I cittadini non comunitari residenti all'estero devono inoltre allegare:

- copia del certificato del titolo di studio posseduto, comprensivo dell'elenco degli esami sostenuti e della relativa votazione, tradotto in lingua italiana.

A seguito della pubblicazione della graduatoria dei candidati ammessi di cui al successivo art. 9, questi ultimi presentano il titolo di studio alla Rappresentanza Diplomatica Italiana nel Paese al cui ordinamento appartiene l'istituzione che ha rilasciato il suddetto titolo, per i prescritti atti consolari e richiedono alla stessa il rilascio del visto di ingresso per motivi di studio. Al momento della conferma dell'iscrizione, di cui all'art. 10 del presente bando, presentano il titolo di studio, debitamente tradotto, legalizzato e munito di dichiarazione di valore in loco effettuata dalla Rappresentanza Diplomatica Italiana. L'iscrizione è da intendersi con riserva fino a quando l'Ufficio Formazione Post Lauream non riceverà la documentazione sopra citata.

I cittadini extracomunitari sono inoltre tenuti a presentare, al loro arrivo in Italia, all'Ufficio Formazione Post Lauream, copia del codice fiscale e copia del permesso di soggiorno in corso di validità o della ricevuta attestante l'avvenuta richiesta di tale permesso, con l'obbligo, in quest'ultimo caso, di presentare copia del permesso di soggiorno entro la data di conclusione del corso.

Informazioni per i cittadini stranieri (comunitari ed extracomunitari)

La traduzione in lingua italiana deve essere fatta eseguire a cura degli interessati che possono eventualmente rivolgersi a traduttori locali e deve comunque essere confermata

dalla Rappresentanza Italiana competente per territorio. Se già in Italia, gli interessati possono rivolgersi al Tribunale di zona o a traduttori ufficiali. Possono richiedere l'iscrizione i candidati in possesso di un titolo equiparabile, per durata e contenuto, al titolo richiesto per l'accesso al corso. L'iscrizione resta subordinata alla valutazione, da parte dei competenti organi accademici, dell'idoneità del titolo di studio posseduto ai soli fini dell'iscrizione, nonché al superamento della selezione.

La normativa di riferimento è reperibile nel sito:

<http://www.studiare-in-italia.it/studentistranieri/>

La domanda di iscrizione ed i relativi allegati possono essere:

- **consegnati direttamente, entro e non oltre le ore 13.30 del 22/02/2013, all'Area Ricerca Scientifica e Alta Formazione - Ufficio Formazione Post Lauream (Piaggia della Torre, 8 - 62100 Macerata);**
- **spediti all'indirizzo sopra citato entro la suddetta data non fa fede il timbro postale di partenza;**
- **oppure inviati a mezzo fax al numero 0733 2582677 entro e non oltre la suddetta data.**

Nel caso in cui la domanda venga inviata a mezzo fax, la fotografia formato tessera deve essere comunque consegnata o spedita all'Ufficio Formazione Post Lauream.

Sulla busta deve essere riportata la dicitura: "Domanda di iscrizione al Master in Marketing e direzione aziendale".

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

L'Ufficio non accetta domande oltre i termini di iscrizione fissati o corredate di documentazione incompleta.

Art. 9 – Selezione

I candidati vengono sottoposti ad una prima selezione basata sulla valutazione dei titoli posseduti. 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 hanno luogo presso la sede della Segreteria amministrativa del Master, di cui all'art. 1, nei giorni 6, 7 e 8 marzo 2013, previa convocazione inviata ai candidati a mezzo posta elettronica.

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 trentesimi, secondo i seguenti criteri di valutazione:

Criteri di valutazione	Punteggio massimo attribuibile
Titoli	15/30
Colloquio	15/30

A parità di punteggio viene data precedenza al candidato con il più alto voto di laurea.

La valutazione e la relativa graduatoria, redatte dal Consiglio di Direzione stesso, sono insindacabili.

La graduatoria dei candidati e degli uditori ammessi al Master viene trasmessa all'Ufficio Formazione Post Lauream e pubblicata nel sito <http://www.unimc.it/af/master/12/marketing-e-direzione-aziendale> **entro e non oltre il 15/03/2013. La pubblicazione ha valore di comunicazione ufficiale agli interessati che, da quel momento, possono provvedere alla conferma dell'iscrizione con le modalità e i termini indicati al successivo art. 10.**

Art. 10 – Conferma dell'iscrizione e tassa

Per gli aventi diritto, l'iscrizione al Master deve essere obbligatoriamente perfezionata con la presentazione o la spedizione all'Ufficio Formazione Post Lauream (Piaggia della Torre, 8 - 62100 Macerata), entro e non oltre il 29/03/2013, anche tramite fax al numero 0733 2582677, di copia della ricevuta di pagamento della prima rata della relativa tassa, pena la decadenza dall'iscrizione stessa, fatta eccezione per gli aventi diritto all'esonero previsto dalla normativa vigente, che provvedono eventualmente ad esprimere entro il medesimo termine la propria rinuncia.

La tassa di iscrizione al Master di studenti e uditori (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 della conferma dell'iscrizione e la seconda di € 2.400,00 da versare entro e non oltre 31 luglio 2013.**

La ricevuta di versamento della seconda rata della tassa di iscrizione deve essere fatta pervenire, anche tramite fax, all'Area Ricerca Scientifica e Alta Formazione – Ufficio Formazione Post Lauream (Piaggia della Torre 8, 62100 Macerata – Fax 0733 2582677). Gli interessati non ricevono ulteriori comunicazioni in merito alla scadenza fissata per il pagamento della seconda rata della tassa di iscrizione.

La possibilità di sostenere la prova finale per il conferimento del titolo è vincolata al versamento della seconda rata.

Il mancato rispetto della scadenza relativa al versamento della seconda rata della tassa di iscrizione al Master comporta il pagamento di un'indennità di mora aggiuntiva, pari ad € 25,00.

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 emetterà fattura.

In caso di rinuncia al Master non è previsto alcun rimborso di quanto versato.

La rinuncia è un atto formale, irrevocabile, non soggetto ad alcuna condizione, clausola o termine, con il quale lo studente interrompe unilateralmente il proprio rapporto con l'Università di Macerata. Essa comporta la perdita dello status di studente ed estingue la carriera, fatti salvi i crediti acquisiti.

Per rinunciare agli studi, lo studente deve presentare una dichiarazione redatta su apposito modulo in bollo da € 14,62 scaricabile alla pagina <http://www.unimc.it/af/area-studenti/rinuncia-ai-corsi>.

In caso di disattivazione del Master, per mancato raggiungimento del numero di iscritti necessario, stabilito dal Consiglio di Direzione dello stesso, gli interessati sono rimborsati, a domanda, del contributo di iscrizione ad esclusione dell'imposta di bollo, pari ad € 14,62.

La tassa può essere versata preferibilmente presso uno sportello della Banca delle Marche, sul conto di Tesoreria 010250 intestato all'Università di Macerata. Qualora si preferisca effettuare il pagamento tramite bonifico bancario presso qualunque altro Istituto di credito, le coordinate bancarie complete da utilizzare saranno: IBAN IT22I0605513401000000018281 - SWIFT BAMAIT3AXXX. Si raccomanda di citare sempre, oltre al cognome e al nome, il codice del corso (indicato nel sito <http://www.unimc.it/af/master/12/marketing-e-direzione-aziendale>), la causale del versamento (Iscrizione Master in "Marketing e direzione aziendale") e l'anno accademico di riferimento (2012 per l'anno accademico 2012-2013).

In caso di mancata conferma dell'iscrizione entro il termine o di esplicita rinuncia degli aventi diritto all'indirizzo: master.economia@unimc.it, possono subentrare i candidati idonei secondo l'ordine di graduatoria. A questi è data comunicazione tramite e-mail.

In caso di mancato raggiungimento del numero massimo dei posti disponibili, l'Università degli Studi di Macerata si riserva la possibilità di accogliere eventuali domande di iscrizione pervenute oltre i termini fissati dal presente bando, previa verifica dell'idoneità del titolo di studio posseduto dai richiedenti in stretto ordine cronologico di presentazione, fino alla concorrenza dei posti ancora disponibili.

In tutti i casi è possibile subentrare solo a condizione che non sia stato svolto il 20% della didattica in presenza.

Art. 11 – Iscrizione a singoli moduli e relativa attestazione

Nel caso in cui il Master venga attivato, è possibile la frequenza dei seguenti singoli moduli:

N.	MODULI DI BASE	COSTO	ORE	CFU
1	Introduzione al marketing e alla direzione aziendale	€ 150,00	12	2
2	Analisi dell'ambiente di marketing	€ 150,00	12	2
3	Ricerche di mercato e stima della domanda	€ 150,00	12	2
4	Comportamenti d'acquisto	€ 150,00	12	2
5	Analisi dei costi per le decisioni aziendali	€ 150,00	12	2
6	Il controllo di gestione nell'area commerciale-marketing	€ 150,00	12	2
7	Gli aspetti organizzativi e il marketing interno	€ 150,00	12	2
8	Il controllo dei ricavi e dei margini di contribuzione	€ 150,00	12	2
9	La gestione del prodotto in un'ottica di marketing	€ 150,00	12	2
10	Il controllo dei costi e dei risultati prodotto-mercato	€ 150,00	12	2
11	La gestione della comunicazione aziendale	€ 150,00	12	2
12	Le previsioni e le simulazioni economico- finanziarie	€ 150,00	12	2
13	Il pricing	€ 150,00	12	2
14	Scelta e gestione dei canali distributivi	€ 150,00	12	2
15	Il Customer Relationship Management (CRM) e la customer satisfaction	€ 150,00	12	2
16	Il web marketing	€ 150,00	12	2
17	Marketing industriale per l'innovazione	€ 150,00	12	2
N.	MODULI DI APPROFONDIMENTO	COSTO	ORE MINIME PREVISTE	CFU
1	La gestione delle Risorse Umane	€ 300,00	24	4
2	Analisi statistica dei dati	€ 300,00	24	4
3	Il piano di marketing	€ 300,00	24	4
4	Il selling e la gestione della forza vendita	€ 300,00	24	4

Per l'iscrizione al singolo modulo è richiesto il possesso di un diploma di laurea del vecchio ordinamento o di una laurea triennale o di una laurea specialistica/magistrale, in tutti i campi disciplinari, o di altri titoli riconosciuti equivalenti anche stranieri.

Possono presentare domanda di iscrizione ai singoli moduli anche i non laureati in qualità di uditori.

Ai candidati stranieri è richiesta una buona conoscenza della lingua italiana.

Gli importi delle tasse di iscrizione ai singoli moduli (comprensivi del bollo virtuale e di ogni altro onere), sia per gli studenti sia per gli uditori, sono indicati nella tabella sopra esposta. In caso di contemporanea iscrizione a più moduli l'imposta di bollo virtuale, pari ad € 14,62, va versata una sola volta, pertanto l'importo dei moduli successivi al primo per cui si richiede l'iscrizione diventa di € 85,38 (per i moduli di base da 1 a 17) e di € 235,38 (per i moduli di approfondimento). Il mancato rispetto della scadenza relativa al versamento della tassa di iscrizione al singolo modulo comporta la decadenza dall'iscrizione stessa.

Il versamento va effettuato preferibilmente presso uno sportello della Banca delle Marche, sul conto di tesoreria 010250 intestato all'Università degli Studi di Macerata. Qualora si preferisca effettuare il pagamento tramite bonifico bancario presso qualunque altro Istituto di credito, le coordinate bancarie complete da utilizzare sono: IBAN IT22I0605513401000000018281 - SWIFT BAMAIT3AXXX. Si raccomanda di citare sempre, oltre al cognome e al nome dello studente, il codice del corso (indicato nel sito <http://www.unimc.it/af/master/12/marketing-e-direzione-aziendale>), la causale del versamento (Iscrizione Modulo n. del Master in Marketing e direzione aziendale) e l'anno accademico di riferimento (2012 per l'anno accademico 2012-2013).

Coloro che sono interessati a frequentare singoli moduli devono presentare la domanda di iscrizione, secondo le modalità indicate al precedente art. 8. La stampa della domanda di iscrizione, completa di firma e allegati, deve pervenire, **entro le ore 13:30 della settimana antecedente le date indicate nel sito <http://www.unimc.it/af/master/12/marketing-e-direzione-aziendale> quali scadenze per ciascun modulo**, all'Area Ricerca Scientifica e Alta Formazione – Ufficio Formazione Post Lauream (Piaggia della Torre 8, 62100 Macerata – Fax 0733 2582677):

- consegnata direttamente allo sportello, entro e non oltre le ore 13.30;
- oppure spedita all'indirizzo sopra citato, facendo fede il timbro postale di spedizione;
- oppure inviata a mezzo fax al numero 0733 2582677.
-

Non fa fede il timbro postale di partenza in caso di spedizione. La busta deve portare l'indicazione "Iscrizione al modulo..... del Master in Marketing e direzione aziendale". L'Ufficio Formazione Post Lauream non risponde di eventuali ritardi nella consegna, smarrimento delle buste o documentazione incompleta.

In caso di rinuncia alla frequenza del modulo non è previsto alcun rimborso di quanto versato.

La frequenza alle lezioni e la possibilità di sostenere la prova per l'acquisizione dei crediti formativi resta vincolata al versamento della tassa di iscrizione al modulo.

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.

La frequenza è obbligatoria e non può essere in ogni caso inferiore al 75% delle ore complessive di didattica in aula del modulo.

Al termine del modulo, a condizione che sia stato frequentato almeno il 75% delle ore di lezione, previo superamento di una prova di verifica valutata in trentesimi, l'Università degli Studi di Macerata può rilasciare agli interessati che ne facciano richiesta, un certificato di frequenza, con l'attribuzione dei corrispondenti crediti formativi per gli aventi diritto, nel rispetto di quanto previsto dalla normativa vigente in materia (art. 15 L. 183/2011).

Art. 12 - Uditori che si iscrivono a singoli moduli

Coloro che non vogliono iscriversi all'intero Master e che non possiedono il titolo richiesto per l'ammissione ai singoli moduli, possono presentare domanda di iscrizione in qualità di uditori secondo le modalità e i termini indicati negli articoli precedenti.

La tassa di iscrizione al singolo modulo in qualità di uditore è determinata secondo le indicazioni fornite per ciascun modulo da versare in un'unica soluzione all'atto del perfezionamento dell'iscrizione. Al termine del modulo, a condizione che sia stato frequentato almeno il 75% delle ore di lezione, l'Università degli Studi di Macerata può rilasciare agli interessati che ne facciano richiesta, un certificato di frequenza, senza attribuzione di crediti formativi, nel rispetto di quanto previsto dalla normativa vigente in materia (art. 15 L. 183/2011).

Art. 13 – Agevolazioni

In relazione al numero degli iscritti e agli esiti degli accordi con enti ed aziende, è possibile prevedere esenzioni dal pagamento della seconda rata della tassa di iscrizione, secondo requisiti di merito e di reddito, per coloro che sono classificati nei primi posti della graduatoria.

I candidati che intendono richiedere l'agevolazione devono compilare l'apposito modulo disponibile nel sito <http://www.unimc.it/af/master/12/marketing-e-direzione-aziendale> ed allegarlo alla domanda di iscrizione. Alla richiesta di esenzione devono essere allegate copia della D.S.U. e dell'attestazione I.S.E.E. relativa all'anno solare 2011. La presentazione della richiesta di agevolazioni comporta la piena accettazione di tutte le condizioni di partecipazione alla selezione e al corso stabilite dal bando.

Ai fini dell'esenzione dalla seconda rata di iscrizione del master, la Commissione giudicatrice che effettua la selezione prevista all'art. 9 accerta il possesso dei requisiti, valuta le condizioni di merito e di reddito dei candidati sulla base curriculum e delle condizioni economiche desunte dalle dichiarazioni sopra richiamate.

Gli aventi diritto ricevono comunicazione a tale riguardo.

Per il Master è stata presentata all'INPS - Gestione Ex Inpdap (GEI) istanza di accreditamento al fine di ottenere un sostegno economico a mezzo di borse di studio, da riservare agli appartenenti alle categorie iscritte all'Istituto secondo le modalità previste nel bando pubblicato sul sito www.inpdap.gov.it.

Art. 14 – 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, in debito del solo esame finale (all'atto della conferma dell'iscrizione di cui al precedente art. 10), 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 entro il mese di aprile 2012. Entro 10 giorni dall'acquisizione del primo titolo, l'iscrizione al Master deve essere perfezionata con il pagamento della relativa tassa, pena la decadenza dall'iscrizione stessa.

Art. 15 – UTILIZZO DELLA CASELLA DI POSTA ELETTRONICA ISTITUZIONALE

Le informazioni di carattere amministrativo vengono inviate agli studenti tramite e-mail all'indirizzo di posta elettronica istituzionale formato dallo username assegnato in fase di registrazione, seguito da @studenti.unimc.it (es. m.rossi@studenti.unimc.it).

Per attivare l'account e successivamente accedere alla casella di posta è necessario collegarsi all'indirizzo <http://studenti.unimc.it> oppure direttamente all'indirizzo <http://mail.studenti.unimc.it> digitando le chiavi di accesso personali.

È possibile effettuare un re-indirizzamento della casella di posta elettronica istituzionale a quella personale.

Gli studenti sono tenuti a consultare con regolarità la casella di posta elettronica.

Art. 16 – Consiglio di Direzione

Per l'anno accademico 2012-2013 e comunque fino alla chiusura didattica ed amministrativa del corso, sono nominati membri del Consiglio di Direzione la Prof.ssa Francesca Bartolacci, la Prof.ssa Elena Cedrola, la Prof.ssa Sabrina Memmo, il Prof. Federico Niccolini, la Prof.ssa Antonella Paolini, la Prof.ssa Patrizia Silvestrelli. Su proposta del Consiglio di Direzione è nominata Direttrice del Master la Prof.ssa Elena Cedrola.

Art. 17 – Trattamento dei dati personali

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

Art. 18 – Norme finali

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

Macerata, luglio 2012

Il Direttore Generale
Dott. Mauro Giustozzi

Il Rettore
Prof. Luigi Lacchè

Il Direttore del Master
Prof.ssa Elena Cedrola

**Per ulteriori informazioni:
Segreteria amministrativa del Master**

Via Crescimbeni n. 20
62100 Macerata (MC)
Tel. 0733 258 3201 – 3206
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 Ilaria Domizi
Tel. 0733 258 2882
Fax 0733 258 2677
postlauream@unimc.it