

AVVISO DI SELEZIONE

Master Universitario di I° livello in “Marketing e direzione aziendale”

Anno Accademico 2021/2022 - XII edizione

Il Dipartimento di Economia e Diritto:

visti:

- a) il [D.M. n. 270 del 22/10/2004](#), e in particolare l'art. 3;
- b) le [procedure](#) per l'ingresso, il soggiorno e l'iscrizione degli studenti internazionali ai corsi di formazione superiore in Italia vigenti per l'a.a. 2021/2022;

richiamati:

- a) il [Regolamento Didattico di Ateneo](#), emanato con D.R. n. 363 del 18/10/2019, e in particolare l'art. 14;
- b) il [Regolamento dei corsi master e dei corsi di perfezionamento, aggiornamento e formazione permanente e continua](#), emanato con D.R. n. 137 del 08/04/2015, coordinato con modifica art. 17 emanata con D.R. n. 50 del 17/02/2016;
- c) il “Protocollo d'intesa tra il Ministero per la pubblica istruzione e l'Università degli Studi di Macerata” (Prot. 19461 del 07/02/2022);

considerato che:

- a) il Senato accademico e il Consiglio di amministrazione, rispettivamente nelle sedute del 23/02/2021 e del 26/02/2021, hanno deliberato l'istituzione del Master di I° livello in “Marketing e direzione aziendale” per l'a.a. 2021/2022;

AVVISA

Art. 1 – Oggetto

È avviata, nell'anno accademico 2021/2022, la procedura di ammissione ed iscrizione al Master di I° livello in “Marketing e direzione aziendale”, XII edizione, della durata di un anno, con percorso formativo di 60 crediti, pari a 1.500 ore di impegno complessivo.

Il numero massimo dei posti disponibili è stabilito in 30.

Il Master non viene attivato se non è raggiunto il numero minimo di 15 iscritti.

Il Consiglio di Direzione si riserva la possibilità di attivare il Master con un numero inferiore di iscritti o di accogliere le iscrizioni in sovrannumero, previa verifica della globale sostenibilità del Master.

Art. 2 – Obiettivi formativi

Il Master intende approfondire le tematiche tipiche di un corretto approccio al marketing per le aziende pubbliche e private, determinante per assicurare correttezza strategica e profittabilità aziendale.

La particolarità del Master è quella di corredare il bagaglio delle conoscenze di marketing con i processi e gli strumenti di amministrazione e controllo.

È previsto un collegamento con il mondo operativo attraverso la presenza in aula di manager provenienti da aziende operanti nel territorio regionale e nazionale.

Il Master prevede una formazione *blended* (in presenza/a distanza) e si rivolge sia a neolaureati che a soggetti già inseriti in contesti lavorativi, desiderosi di incrementare e qualificare la propria professionalità.

Per gli allievi non occupati è previsto un periodo di stage all'interno di un'azienda, al fine di implementare operativamente parte delle conoscenze acquisite durante il percorso didattico.

Art. 3 – Contesto socio economico di riferimento

L'attuale contesto economico italiano e marchigiano è caratterizzato dalla presenza di imprese pubbliche e private che da tempo evidenziano la necessità di dotarsi di figure professionali che sappiano coniugare la conoscenza di strumenti di marketing con quelli di controllo aziendale.

Il Master si propone di rispondere alle esigenze di tale contesto imprenditoriale, attraverso un'offerta formativa che contempra sia un approfondimento delle strategie di direzione aziendale e marketing, sia lo studio e l'applicazione di strumenti operativi specifici.

Art. 4 – Profilo professionale

Scopo del Master è offrire un percorso di formazione ed approfondimento con alto livello di qualificazione nelle diverse aree del marketing strategico ed operativo, della pianificazione aziendale e del controllo.

Le competenze e le capacità sviluppate riguardano i processi e gli strumenti propri della funzione di pianificazione strategica e operativa (marketing mix), a cui vengono affiancati approfondimenti in tema di amministrazione e controllo di gestione.

L'obiettivo è quello di formare una figura specializzata nella funzione di marketing integrata con le altre funzioni aziendali, operativa in ambito sia pubblico che privato, in grado di realizzare una visione d'insieme della gestione aziendale e di sviluppare capacità di dialogo con le altre figure manageriali/gestionali.

Art. 5 – Sbocchi occupazionali

Il naturale sbocco occupazionale dell'allievo che consegue il Master di I° livello in “Marketing e direzione aziendale” è la funzione marketing-commerciale di aziende pubbliche e private, in posizioni caratterizzate da responsabilità inerenti sia la gestione aziendale operativa e la comunicazione (online e offline) sia quella strategica.

Art. 6 – Modalità e periodo di svolgimento, sede, frequenza

La didattica è svolta in lingua italiana in modalità *blended*, con lezioni in presenza e a distanza (didattica prevalentemente asincrona) mediante una piattaforma e-learning dedicata.

L'attività didattica del Master ha inizio indicativamente a aprile 2022 e termina nel mese di aprile 2023.

Ai corsisti è richiesta la disponibilità di un personal computer e di collegamento internet.

Le lezioni in presenza si svolgono presso le strutture dell'Ateneo, indicativamente una volta ogni mese e mezzo, nei giorni di venerdì (mattina e pomeriggio) e sabato (mattina), secondo il calendario reso noto il giorno di inizio del Master.

In generale, gli studenti hanno a disposizione un modulo didattico ogni 15 giorni (online o in presenza).

La frequenza è obbligatoria e non può essere in ogni caso inferiore al 75% delle ore previste dal corso. Gli iscritti al Master possono interrompere temporaneamente la frequenza del corso per gravi e documentati motivi di salute e di famiglia.

L'attività didattica necessaria al completamento del Master può essere recuperata nell'edizione immediatamente successiva dello stesso, qualora riattivato, dal punto in cui era stata interrotta senza oneri aggiuntivi, versando la tassa di iscrizione prevista; la tassa di iscrizione al corso non può essere restituita nel caso in cui il corso Master non venga riattivato in successiva edizione.

Terminato il periodo di interruzione della frequenza del Master senza che lo studente richieda la ripresa degli studi per l'edizione immediatamente successiva, la carriera si considera estinta.

Art. 7 – Percorso formativo

Il Master prevede un percorso base - articolato in 4 sezioni (S0 Introduzione al Marketing e alla Direzione Aziendale - S1 Direzione Aziendale – S2 Marketing Strategico – S3 Marketing Operativo) con 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 è articolato in 304 ore di attività didattica, 96 ore di esercitazioni, seminari e lavori di gruppo, 780 ore di studio individuale e 320 ore di stage/attività in azienda.

Di seguito viene riepilogato il percorso formativo con riferimento ai relativi crediti formativi attribuibili.

PERCORSO FORMATIVO	CFU
--------------------	-----

A. Moduli di base	36
B. Percorso di approfondimento	8
C. Stage	13
D. Project work	3
TOTALE CREDITI	60

A. Il percorso base comprende:

MODULI DI BASE				
MODULI	INSEGNAMENTI	SSD	CFU	ORE
	Lezione di apertura	SECS-P/08	-	4
1	Introduzione al marketing e alla direzione aziendale	SECS-P/08 SECS-P/07	3	12
2	Gli aspetti organizzativi e il marketing interno	SECS-P/10	2	12
3	I processi di Marketing Strategico (analisi dell'ambiente di marketing – Segmentazione Targeting e Posizionamento)	SECS-P/08	3	16
4	Controllo di gestione e analisi dei costi: elementi introduttivi.	SECS-P/07	2	12
5	Ricerche di mercato e stima della domanda	SECS-P/08	2	12
6	Comportamenti d'acquisto, consumo e customer journey	SECS-P/08	2	12
7	Il controllo di gestione nell'area commerciale-marketing	SECS-P/07	2	12
8	La gestione delle politiche di prodotto	SECS-P/08	2	12
9	Il controllo dei ricavi e dei margini di contribuzione	SECS-P/07	2	12
10	Il Customer Relationship Management (CRM) e la customer satisfaction	SECS-P/08	2	12
11	Scelta e gestione dei canali distributivi in ottica omnichannel	SECS-P/08	2	12
12	Il controllo dei costi e dei risultati prodotto-mercato	SECS-P/07	2	12
13	La gestione delle politiche di pricing	SECS-P/08	2	12
14	La gestione della comunicazione aziendale	SECS-P/08	2	12
15	Le previsioni e le simulazioni economico-finanziarie	SECS-P/07	2	12
16	Il digital marketing	SECS-P/08	2	12
17	Marketing industriale e innovazione	SECS-P/08	2	12

B. Il percorso di approfondimento comprende:

MODULI DI APPROFONDIMENTO (ALMENO 2 A SCELTA)				
MODULI	INSEGNAMENTI	SSD	CFU	ORE
1	Social media marketing	SECS-P/08	4	24
2	Analisi statistica dei dati	SECS-P/01	4	24
3	Piano di Marketing	SECS-P/08	4	24
4	Politiche di selling, gestione della forza vendita e dei rapporti con il pubblico	SECS-P/08	4	24
5	Blockchain, criptovalute e commercio internazionale	SECS-P/08 IUS-01	4	24
6	Store Management: profili strategici ed operativi	SECS-P/08	4	24

C. Per i non occupati il percorso formativo deve essere completato con uno stage in azienda convenzionata con l'Ateneo al fine di sperimentare sul campo le competenze acquisite nella didattica. Per coloro che svolgono attività lavorativa, in sostituzione dello stage, il Consiglio di Direzione del Master riconosce l'esperienza professionale presso il proprio Ente di appartenenza, da autocertificare.

D. 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.

Art. 8 – Prove di esame e titolo conseguibile

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, predisposte nel corso del Master.

La verifica si intende superata se gli studenti ottengono un punteggio almeno pari a 18/30.

Il sostenimento di tutte le prove intermedie, secondo il calendario comunicato nella piattaforma del Master, 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 della Direttrice del corso.

Prova finale

La prova finale consiste nella discussione pubblica del project work elaborato, davanti ad una Commissione appositamente nominata dal Direttore del Dipartimento di Economia e Diritto su proposta della Direttrice del Master. Tale prova è valutata in cento-decimi con eventuale indicazione della lode.

La valutazione è considerata positiva se i candidati ottengono un punteggio almeno pari a 66/110.

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.

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 previste, 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. 9 – Condizioni di ammissione e selezione

Possono accedere al Master coloro che sono in possesso di una laurea triennale, di una laurea specialistica/magistrale, di un diploma di laurea del vecchio ordinamento (antecedente all'entrata in vigore del D.M. 509/1999) in tutti i campi disciplinari o di altri titoli riconosciuti equivalenti, che a giudizio insindacabile del Consiglio di Direzione del Master siano ritenuti funzionali rispetto al profilo professionale definito dal corso stesso.

Possono chiedere l'iscrizione anche i candidati in possesso di un **titolo estero** equiparabile, per livello, natura, contenuto e diritti (accesso ad ulteriori corsi), al titolo italiano richiesto per l'accesso al corso.

L'iscrizione è subordinata alla valutazione dell'idoneità del titolo da parte degli organi accademici, nonché al superamento della selezione.

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

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.

La selezione dei candidati si basa su:

Criteri di valutazione	Punteggio massimo attribuibile 100/100
Titoli (curriculum, voto laurea, pubblicazioni)	50/100
Colloquio e conoscenza della lingua inglese	50/100

A parità di punteggio, verrà data preferenza ai candidati con il punteggio di laurea più alto.

La selezione verrà effettuata da una Commissione nominata dal Direttore del Dipartimento di Economia e Diritto, su proposta della Direttrice del Master, che si riunirà nel mese di gennaio 2022, presso la sede del Dipartimento di Economia e Diritto, previa convocazione inviata ai candidati a mezzo posta elettronica.

La graduatoria generale di merito, stilata dal Consiglio di Direzione secondo i criteri anzidetti, verrà pubblicata nel sito <http://economiaediritto.unimc.it/it/didattica/post-lauream/master>, entro sette giorni lavorativi dalla data di selezione.

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 all'art. 13.

A seguito della conferma di accettazione da parte dell'Ateneo, i cittadini non appartenenti ai Paesi dell'Unione Europea residenti all'estero che intendono confermare l'iscrizione devono richiedere alla stessa Rappresentanza diplomatico-consolare competente il rilascio del visto di ingresso per motivi di studio, con validità correlata alla durata del corso.

Art. 10 – Uditori

È ammessa la partecipazione al Master, in qualità di uditori, anche a coloro che non sono in possesso del titolo richiesto per l'ammissione, secondo le modalità e i termini indicati al successivo art. 12.

Il Consiglio di Direzione del Master si riserva di determinare la composizione della classe nel rispetto del numero massimo stabilito.

Gli uditori possono essere ammessi fino a completamento dei posti disponibili e sono selezionati sulla base del curriculum vitae et studiorum e del colloquio.

A seguito di tale valutazione è stilata apposita graduatoria pubblicata nel sito <http://economiaediritto.unimc.it/it/didattica/post-lauream/master>, entro sette giorni lavorativi dalla data di selezione.

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. 13.

Gli uditori non svolgono le prove di verifica intermedie e finale, non svolgono lo stage né il project work.

Al termine delle lezioni, previa verifica della frequenza di 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 della L. 183/2011).

Art. 11 – Iscrizione ai singoli moduli

Nel caso in cui il Master venga attivato, per coloro che non vogliono iscriversi all'intero corso, è possibile la frequenza dei seguenti singoli moduli:

	MODULI DI BASE	COSTO	CFU	ORE
1	Introduzione al marketing e alla direzione aziendale	€ 120,00	3	16
2	Gli aspetti organizzativi e il marketing interno	€ 120,00	2	12
3	I processi di Marketing Strategico (analisi dell'ambiente di marketing – Segmentazione Targeting e Posizionamento)	€ 120,00	3	16

4	Controllo di gestione e analisi dei costi: elementi introduttivi.	€ 120,00	2	12
5	Ricerche di mercato e stima della domanda	€ 120,00	2	12
6	Comportamenti d'acquisto, consumo e customer journey	€ 120,00	2	12
7	Il controllo di gestione nell'area commerciale-marketing	€ 120,00	2	12
8	La gestione delle politiche di prodotto	€ 120,00	2	12
9	Il controllo dei ricavi e dei margini di contribuzione	€ 120,00	2	12
10	Il Customer Relationship Management (CRM) e la customer satisfaction	€ 120,00	2	12
11	Scelta e gestione dei canali distributivi in ottica omnichannel	€ 120,00	2	12
12	Il controllo dei costi e dei risultati prodotto-mercato	€ 120,00	2	12
13	La gestione delle politiche di pricing	€ 120,00	2	12
14	La gestione della comunicazione aziendale	€ 120,00	2	12
15	Le previsioni e le simulazioni economico-finanziarie	€ 120,00	2	12
16	Il digital marketing	€ 120,00	2	12
17	Marketing industriale e innovazione	€ 120,00	2	12

B. Il percorso di approfondimento comprende:

	MODULI DI APPROFONDIMENTO	COSTO	CFU	ORE
1	Social media marketing	€ 250,00	4	24
2	Analisi statistica dei dati	€ 250,00	4	24
3	Piano di Marketing	€ 250,00	4	24
4	Politiche di selling, gestione della forza vendita e dei rapporti con il pubblico	€ 250,00	4	24
5	Blockchain, criptovalute e commercio internazionale	€ 250,00	4	24
6	Store management: profili strategici ed operativi	€ 250,00	4	24

Per l'iscrizione al singolo modulo è richiesto il possesso di una laurea triennale, di una laurea specialistica/magistrale, di un diploma di laurea del vecchio ordinamento (antecedente all'entrata in vigore del D.M. 509/1999) in tutti i campi disciplinari o di altri titoli riconosciuti equivalenti anche conseguiti all'estero.

Possono presentare domanda di iscrizione ai singoli moduli anche i non laureati in qualità di uditori. Coloro che sono interessati a frequentare singoli moduli devono presentare la domanda di iscrizione,

secondo le modalità indicate all'art. 12, entro le ore 13:30 della settimana antecedente le date di inizio di ciascun modulo.

Gli importi delle tasse di iscrizione ai singoli moduli 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 € 16,00, va versata una sola volta.

Il pagamento va effettuato tramite il sistema PagoPA, con le stesse modalità indicate per il versamento della tassa di iscrizione al Master.

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.

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 della L. 183/2011).

Art. 12 – Procedura di iscrizione

La procedura di iscrizione va effettuata **entro il giorno 2 marzo 2022**.

Per iscriversi al master è necessario compilare **la domanda di iscrizione esclusivamente online, senza pagare la prima rata della tassa prevista** (da versare solo in seguito all'ammissione al corso, entro il 11 aprile 2022).

Prima di accedere alla procedura guidata di iscrizione online, occorre avere a disposizione:

- a) copia fronte/retro di un documento di riconoscimento in corso di validità in formato pdf oppure pdf/A oppure jpg;
- b) una fotografia formato tessera su file digitale in formato jpg;

- c) curriculum firmato contenente dichiarazione, resa ai sensi degli artt. 46 e 47 del D.P.R. 445/2000, circa gli studi compiuti con indicazione della votazione finale; elenco dettagliato degli eventuali titoli ed attestati che il candidato ritenga utili ai fini della selezione e le eventuali esperienze formative e professionali maturate in formato pdf/A o pdf;
- d) eventuali titoli ed attestati che contengono informazioni non autocertificabili in formato pdf/A o pdf;
- e) eventuale modulo di richiesta agevolazione;
- f) eventuale copia dell'attestazione I.S.E.E. 2021;

Per compilare la domanda di iscrizione online è necessario collegarsi al sito web studenti.unimc.it e selezionare:

- la voce “Registrazione”, in caso di primo contatto con l’Ateneo, per ottenere le credenziali di autenticazione (nome utente e password);
- la voce “Login”, per inserire le credenziali di autenticazione e accedere all’ “Area Riservata”;
- la voce “Immatricolazione e pre-iscrizione” per accedere alla procedura guidata.

In caso di smarrimento o dimenticanza delle credenziali di autenticazione occorre selezionare la voce “Reset password”.

La Pubblica Amministrazione non può più accettare né richiedere certificazioni contenenti informazioni già in suo possesso. In questi casi sono accettate soltanto le autocertificazioni. Tali novità non si applicano a certificati che contengono informazioni non in possesso della Pubblica Amministrazione italiana.

I candidati in possesso di un titolo estero presentano la domanda di iscrizione, gli allegati richiesti e il titolo (o copia autenticata dello stesso), corredato di traduzione ufficiale in lingua italiana, legalizzazione e di dichiarazione di valore in loco a cura della Rappresentanza diplomatica/consolare italiana competente nel paese al cui ordinamento appartiene l’istituzione che lo ha rilasciato.

La dichiarazione di valore in loco può essere sostituita da attestazione rilasciata da enti ufficiali esteri o da centri ENIC-NARIC o dal Diploma Supplement.

I documenti scritti in lingua straniera vanno corredati di traduzione ufficiale in lingua italiana.

La traduzione può essere eseguita nel paese di provenienza oppure in Italia presso i tribunali di zona o i traduttori ufficiali o giurati e deve essere comunque legalizzata dalla Rappresentanza diplomatica/consolare italiana competente per territorio, salvo accordi specifici.

I titoli di studio vanno legalizzati dalle competenti autorità del paese che li ha rilasciati ove previsto dalle norme locali.

La legalizzazione è sostituita dal timbro “*Apostille*”, apposto a cura delle competenti autorità locali, per i paesi che hanno aderito alla convenzione dell’Aja del 5/10/1961.

La legalizzazione non è obbligatoria se il titolo di studio è stato rilasciato da uno dei Paesi aderenti alla Convenzione Europea di Bruxelles del 25/05/1987, ratificata dall’Italia con Legge del 24/04/1990, n. 106 (Belgio, Danimarca, Francia, Irlanda) o dalla Germania, in virtù della Convenzione italo - tedesca in materia di esenzione dalla legalizzazione di atti, conclusa a Roma il 7/06/1969 e ratificata con Legge 12/04/1973, n. 17.

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

I candidati non dell’Unione Europea residenti all’estero sono tenuti a presentare 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 avvio del corso.

Non sono accettate domande oltre i termini di iscrizione fissati o corredate di documentazione incompleta.

Il Dipartimento di Economia e Diritto non assume responsabilità per la dispersione di comunicazioni dipendente da inesatta indicazione dei recapiti da parte dei candidati o da mancata oppure tardiva comunicazione del cambiamento dei recapiti indicati nella domanda, né per eventuali disguidi imputabili a fatto di terzi, a caso fortuito o a forza maggiore.

Art. 13 – Procedura di conferma dell’iscrizione, tassa di iscrizione e modalità di pagamento

I candidati ammessi provvedono alla conferma dell'iscrizione al Master mediante il pagamento della prima rata della relativa tassa, pena l'esclusione dal corso.

La tassa di iscrizione all'intero corso (comprensiva dell'imposta di bollo virtuale e di ogni altro onere) sia per studenti sia per uditori è determinata in € **3.000,00** da pagare in due rate:

- la prima, pari ad € **1.500,00** da versare all'atto della conferma dell'iscrizione, entro e non oltre il 11 aprile 2022;
- la seconda, pari ad € **1.500,00** da versare entro e non oltre il 15 settembre 2022.

Il pagamento della prima e della seconda rata deve essere autonomamente effettuato **tramite il sistema PagoPA**.

È possibile eseguire il pagamento mediante internet banking oppure carta di credito oppure di persona presso gli sportelli bancari, gli ATM bancomat, i punti vendita Sisal e Lottomatica o altri prestatori di servizi di pagamento aderenti al sistema PagoPA.

Per effettuare il pagamento occorre:

- collegarsi al sito web studenti.unimc.it;
- selezionare la voce “Login”, inserendo le credenziali di autenticazione (nome utente e password), per accedere all’”Area Riservata”;
- selezionare la voce “Pagamenti” e utilizzare il pulsante “stampa avviso PagoPA”, per stampare l’avviso oppure il pulsante “Paga con PagoPA”, per pagare direttamente.

Il mancato rispetto della scadenza relativa al versamento della seconda rata comporta il pagamento di un contributo aggiuntivo di mora di € 15,00 da corrispondere entro 30 giorni. Il mancato pagamento della seconda rata, gravata del contributo aggiuntivo di mora, entro 30 giorni dalla sua scadenza determina la perdita dello status di studente del corso ed estingue la carriera, fatti salvi i crediti formativi eventualmente acquisiti.

La possibilità di partecipare alle lezioni, di svolgere le altre attività previste e di sostenere la prova finale per il conferimento del titolo è vincolata al versamento della tassa di iscrizione al corso.

Art. 14 – Agevolazioni

In relazione al numero degli iscritti, 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.

Per i candidati dipendenti pubblici, in virtù del programma “PA 110 e lode” - Protocollo d’intesa tra l’Università degli Studi di Macerata e il Ministro per la Pubblica amministrazione per l’avvio di iniziative di rafforzamento delle conoscenze e delle competenze del personale delle pubbliche amministrazioni, la tassa di iscrizione all’intero corso è ridotta a € 1.656 € onnicomprensive, da versare all’atto della conferma dell’iscrizione.

I candidati che intendono richiedere l’agevolazione devono compilare e presentare l’apposito modulo insieme alla domanda di iscrizione. Il modulo è disponibile nel sito <http://economiaediritto.unimc.it/it/didattica/post-lauream/master>.

Alla richiesta di esenzione deve essere allegata dell’attestazione I.S.E.E. anno 2021 valida per prestazioni agevolate per il diritto allo studio universitario. L’attestazione I.S.E.E. anno 2021 può essere richiesta all’Inps, con l’aiuto del CAAF, entro il 31/12/2021.

La presentazione della richiesta comporta la piena accettazione di tutte le condizioni di partecipazione alla selezione e al corso stabilite dal bando.

Ai fini dell’esenzione dal pagamento della seconda rata della tassa di iscrizione al Master, la Commissione di selezione accerta il possesso dei requisiti, valuta le condizioni di merito e di reddito dei candidati sulla base della documentazione presentata. Gli aventi diritto ricevono comunicazione a tale riguardo.

Art. 15 – Procedura per sostenere la prova finale

Gli studenti ammessi a sostenere la prova finale sono tenuti a presentare, nella propria area riservata, la domanda di conseguimento del titolo e ad effettuare il pagamento (tramite PagoPA) del bollo virtuale di € 16,00.

È inoltre necessario versare il **contributo per il rilascio del diploma** fissato in € 31,38 (comprensivo del bollo e di ogni altro onere), da effettuarsi tramite il sistema PagoPA, secondo le modalità indicate per il pagamento della tassa di iscrizione al Master.

Art. 16 – Subentri e rinunce

Mancata conferma di iscrizione e rinuncia

In caso di mancata conferma dell'iscrizione entro il termine fissato o di esplicita rinuncia degli aventi diritto, possono subentrare i candidati idonei secondo l'ordine di graduatoria, a condizione che non sia stato svolto il 20% della didattica in presenza e a distanza. A questi è data comunicazione tramite e-mail.

Rinuncia

Per rinunciare agli studi, gli iscritti devono far pervenire all'Ufficio di Segreteria del Master presso il Dipartimento di Economia e Diritto, apposita dichiarazione, in bollo da € 16,00, redatta su modulo disponibile alla pagina web <https://www.unimc.it/it/didattica/corsi-post-lauream-e-diploma/modulistica>, corredata di copia fronte/retro di un documento di riconoscimento in corso di validità, con una delle modalità indicate per la presentazione della domanda di iscrizione al corso.

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

La rinuncia è un atto formale, con il quale si interrompe unilateralmente il proprio rapporto con l'Università degli Studi di Macerata. Essa comporta la perdita dello status di studente ed estingue la carriera, fatti salvi i crediti acquisiti, i quali possono essere sottoposti a convalida.

Mancato raggiungimento numero minimo iscritti

Fatto salvo quanto previsto all'art. 9, in caso di mancato raggiungimento del numero di iscritti stabilito dal Consiglio di Direzione del Master, il corso non verrà attivato.

Gli studenti saranno rimborsati, a domanda, del contributo di iscrizione ad esclusione dell'imposta di bollo virtuale, di € 16,00.

Ai fini del rimborso, gli studenti devono far pervenire all'Ufficio di Segreteria del Master presso il Dipartimento di Economia e Diritto apposita domanda, corredata di copia fronte/retro di un documento di riconoscimento in corso di validità, redatta su modulo disponibile alla pagina web <https://www.unimc.it/it/didattica/corsi-post-lauream-e-diploma/modulistica>.

Art. 17 – Incompatibilità

Ai sensi dell'art. 142 del T.U. 1592/1933 è vietato iscriversi contemporaneamente a più corsi di studio universitari: pertanto i partecipanti al Master di I° livello in Marketing e Direzione Aziendale 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 ai precedenti artt. 12 e 13), possono effettuare un'iscrizione condizionata al Master di I° livello in Marketing e direzione aziendale, entro i termini previsti dal bando, purché i due corsi si riferiscano ad anni accademici diversi ed il titolo del primo venga acquisito entro l'ultima sessione utile dell'anno accademico di riferimento.

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. 18 – Consiglio di Direzione

Per l'anno accademico 2021/2022 e comunque fino alla chiusura didattica ed amministrativa del corso, sono nominati membri del Consiglio di Direzione:

- la prof.ssa Antonella Paolini,
- la prof.ssa Francesca Bartolacci,
- la prof.ssa Patrizia Silvestrelli,
- la prof.ssa Michela Soverchia,
- il prof. Giacomo Gistri,
- la prof.ssa Maria Zifaro,
- il dott. Maurizio Giuli,
- il dott. Giovanni Matarazzo,
- il dott. Antonio Votino,
- il dott. Roberto del Gobbo.

Come previsto dal Regolamento dei corsi Master di Ateneo, il Direttore del Dipartimento di Economia e Diritto conferma la prof.ssa Elena Cedrola nel ruolo di Direttrice del Master di I° livello in Marketing e direzione aziendale.

Art. 19 – 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). La casella di posta elettronica è attiva dal momento in cui viene perfezionata l'iscrizione al corso. Per accedere alla propria casella di posta elettronica occorre collegarsi all'indirizzo <https://login.unimc.it>.

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. 20 – 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 della normativa vigente.

Art. 21 – Responsabile del procedimento

Il Responsabile del procedimento, ai sensi della legge n. 241/1990, è la dott.ssa Fiorella de Ciocchis, Responsabile Amministrativa del Dipartimento di Economia e Diritto (email: fiorella.deciocchis@unimc.it , telefono: 0733 258 2747).

Art. 22 – Norme finali

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

RIEPILOGO IMPORTI TASSE

Iscrizione intero corso per studenti e uditori	€ 3.000,00
Iscrizione con programma "PA 110 e lode"	€ 1.656,00
Iscrizione modulo di base singolo	€ 120,00
Iscrizione modulo di approfondimento singolo	€ 250,00

RIEPILOGO SCADENZE

TIPOLOGIA	SCADENZA
Domanda di iscrizione entro il:	2 marzo 2022
Conferma di iscrizione mediante pagamento della I° rata, entro il	11 aprile 2022
Pagamento II° rata, entro il:	15 settembre 2022
Inizio attività didattiche	Aprile 2022
Conseguimento titolo	Aprile 2023

INFORMAZIONI E CONTATTI

Ufficio di Segreteria del Master
Dott.ssa Silvia Paccapelo Tel. 0733 2583206 Vicolo Luigi Monachesi, 2 62100 Macerata (MC) e-mail: silvia.paccapelo@unimc.it

Il Direttore del Dipartimento e Direttore del Master
Prof.ssa Elena Cedrola