

AVVISO DI SELEZIONE

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

Anno Accademico 2022/2022 - 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. 2022/2023;

richiamati:

- c) il [Regolamento Didattico di Ateneo](#), emanato con D.R. n. 363 del 18/10/2019, e in particolare l’art. 14;
- d) 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;

considerato che:

- e) il Senato accademico e il Consiglio di amministrazione, rispettivamente nelle sedute del 25/01/2022 e del 28/01/2022, hanno deliberato l’istituzione del master di I° livello in “Marketing e direzione aziendale” per l’a.a. 2022/2023;

AVVISA

Art. 1 – Oggetto

È avviata, nell’anno accademico 2022/2023 la procedura di ammissione ed iscrizione al master di I° livello in “Marketing e direzione aziendale”, edizione XII, della durata di un anno, con percorso formativo di 60 crediti, pari a 1500 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 – Contesto socio economico di riferimento

L'attuale contesto economico italiano e marchigiano è caratterizzato dalla presenza di piccole e medie imprese 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 ambito imprenditoriale attraverso un'offerta formativa che contempli sia un approfondimento delle strategie di direzione aziendale e marketing, sia lo studio e l'applicazione di strumenti operativi specifici.

Art. 3 – Obiettivi formativi

Il master intende approfondire le tematiche tipiche di un corretto approccio al marketing per 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. 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 1° 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 ha inizio indicativamente nel mese di febbraio 2023 e termina nel mese di febbraio 2024.

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

Le lezioni si svolgono presso le strutture dell'Ateneo, orientativamente 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 inferiore al 75% delle ore di didattica previste.

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 e 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 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

1. Il percorso base comprende:

MODULI DI BASE				
	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

2. Il percorso di approfondimento comprende:

MODULI DI APPROFONDIMENTO (almeno 2 a scelta)				
	INSEGNAMENTI	SSD	CFU	ORE
1	Social media marketing	SECS-P/08	4	24
2	Analisi statistica dei dati	SECS-S/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

3. 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.

4. 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 del Direttore del corso.

Prova finale

La prova finale consiste nella discussione pubblica del project work elaborato, davanti ad una Commissione appositamente nominata. Al project work sarà attribuito un punteggio da 0 a 7 punti.

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 1° livello in "Marketing e direzione aziendale".

Il punteggio finale è espresso in cento-decimi con eventuale indicazione della lode.

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

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** riconosciuto idoneo dall'Università degli Studi di Macerata ai fini dell'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 sui seguenti criteri:

Criteria 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 viene data precedenza ai candidati con il punteggio di laurea più alto.

La selezione verrà effettuata da una Commissione appositamente nominata, che si riunirà nel mese di gennaio 2023, 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](#) del Dipartimento di Economia e Diritto, sezione post lauream, 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

Chi non possiede il titolo richiesto per l'accesso al corso può partecipare in qualità di uditore.

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 vengono inseriti in graduatoria.

La pubblicazione della graduatoria ha valore di comunicazione ufficiale agli interessati, che possono provvedere alla conferma dell'iscrizione secondo quanto previsto all'art. 13 e non ricevono ulteriori avvisi in merito.

Gli uditori non devono svolgere le prove di verifica intermedie e finale; non possono svolgere lo stage, non devono redigere il project work.

Al termine delle lezioni, previa verifica della frequenza ad almeno il 75% delle attività didattiche previste, può essere rilasciato agli interessati che ne facciano apposita richiesta in bollo un attestato di frequenza (oppure un certificato) senza attribuzione di crediti formativi a seconda del caso specifico.

Art. 11 – Iscrizione a 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	12
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.

Art. 12 – Procedura di iscrizione

Modalità di compilazione della domanda di iscrizione

Per iscriversi al master è necessario compilare la **domanda di iscrizione esclusivamente online**, entro e non oltre le ore 23:59 del giorno 9 gennaio 2023, **senza pagare la prima rata della tassa prevista** (da versare solo in seguito all'ammissione al corso, entro il 30 gennaio 2023).

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

- A) copia fronte/retro di un documento di riconoscimento in corso di validità in formato pdf o jpeg;
- B) una fotografia formato tessera su file digitale in formato jpeg;
- C) i dati del proprio diploma di scuola media superiore (o titolo estero equivalente);
- D) 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, in formato digitale; elenco dettagliato in formato digitale degli eventuali titoli ed attestati che il candidato ritenga utili ai fini della selezione e le eventuali esperienze formative e professionali maturate;
- E) eventuali titoli ed attestati in formato digitale che contengono informazioni non autocertificabili;
- F) copia del permesso di soggiorno in formato digitale (solo per candidati non dell'Unione Europea residenti all'estero) o copia della lettera di convocazione in Questura rilasciata dall'Ufficio Postale, con l'obbligo, in quest'ultimo caso, di caricare la copia del permesso di soggiorno entro la data di avvio del corso;
- G) eventuale modulo di richiesta agevolazione;
- H) eventuale copia dell'attestazione I.S.E.E. 2022.

Per compilare la domanda di iscrizione occorre 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.

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 postali, telegrafici o telematici o comunque imputabili a fatto di terzi, a caso fortuito o a forza maggiore.

I candidati in possesso di un titolo estero presentano 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 alla Segreteria Studenti del Dipartimento.

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/>

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

I candidati ammessi provvedono alla conferma dell’iscrizione al corso 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) è determinata in **€ 3000**, da pagare in due rate:

1. la prima, pari ad **€ 1500** da versare all’atto della conferma dell’iscrizione (entro e non oltre le ore 23:59 del 30 gennaio 2023),
2. la seconda, pari ad **€ 1500** da versare entro e non oltre il 30 giugno 2023.

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 seconda rata.

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, 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.

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.

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 web](#) del Dipartimento. Non sono ammesse presentazioni tardive sganciate dall’inoltro della domanda.

Alla richiesta di esenzione deve essere allegata dell’attestazione I.S.E.E. anno 2022 valida per prestazioni agevolate per il diritto allo studio universitario. L’attestazione I.S.E.E. anno 2022 può essere richiesto all’Inps, con l’aiuto del CAAF, entro il 31/12/2022.

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.

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.

Nelle edizioni precedenti il master ha beneficiato di borse di studio INPS. Nel caso di attribuzione di borse anche per la presente edizione del master, ne sarà data comunicazione nel [sito web](#) del Dipartimento di Economia e Diritto, sezione post lauream.

Sia i candidati che intendono richiedere l'agevolazione connessa al programma PA 110 e lode sia quelli che intendono beneficiare delle borse di studio Inps (qualora attribuite) devono compilare e presentare l'apposito modulo insieme alla domanda di iscrizione. Il modulo è disponibile nel [sito web](#) del Dipartimento.

Art. 15 – Procedura per sostenere la prova finale del master

Gli iscritti ammessi a sostenere la prova finale sono tenuti a presentare, nella propria area riservata, la **domanda di conseguimento del titolo** almeno **trenta giorni prima della data fissata per l'esame finale** del corso, e ad effettuare il pagamento (tramite PagoPA) del bollo virtuale di €16.

Per sostenere la prova finale è inoltre necessario versare il **contributo per il rilascio del diploma di master**, fissato in **€ 31,38** (comprensivo dell'imposta di bollo virtuale e di ogni altro onere), tramite il sistema PagoPA.

Art. 16 – Subentri e rinunce

Mancato raggiungimento numero minimo iscritti

In caso di mancato raggiungimento del numero di iscritti necessario, il corso non viene attivato. Gli iscritti sono rimborsati, a domanda, del contributo di iscrizione ad esclusione dell'imposta di bollo virtuale, di € 16,00.

Ai fini del rimborso gli iscritti devono far pervenire alla Segreteria del Master, apposita domanda, corredata di copia fronte/retro di un valido documento di riconoscimento, redatta su modulo disponibile alla pagina web <https://www.unimc.it/it/didattica/corsi-post-lauream-e-diploma/modulistica>.

Mancata conferma iscrizione e rinuncia

In caso di mancata conferma dell'iscrizione entro il termine 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/a distanza. A questi è data comunicazione tramite e-mail.

Rinuncia

Per rinunciare agli studi, gli iscritti devono far pervenire alla Segreteria del master, 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 valido documento di riconoscimento. 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 formativi acquisiti, i quali possono essere sottoposti a convalida.

Art. 17– Consiglio di Direzione del master

Direttrice del master in “Marketing e direzione aziendale” è la prof.ssa Elena Cedrola. Sono 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 prof. Roberto del Gobbo il dott. Maurizio Giuli, il dott. Giovanni Matarazzo, il dott. Antonio Votino.

Art. 18 – Utilizzo della casella di posta elettronica istituzionale

Le informazioni di carattere amministrativo vengono inviate agli iscritti 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 collegarsi al sito web login.unimc.it.

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

Art. 19 – Trattamento dei dati personali

I dati personali forniti sono trattati per le operazioni connesse all'iscrizione e alla frequenza del corso, nel rispetto di quanto previsto dal Regolamento (UE) 2016/679, Regolamento generale sulla protezione dei dati - GDPR. Ulteriori informazioni in merito al trattamento dei dati forniti sono reperibili alla pagina web <https://www.unimc.it/it/privacy-policy> nell'Informativa intitolata "Immatricolarsi ai corsi universitari".

Art. 20 – Responsabile del procedimento

Il Responsabile del procedimento, ai sensi della L. 241/1990 è la dott.ssa Fiorella de Ciocchis, Responsabile amministrativa del Dipartimento di Economia e Diritto (fiorella.deciocchis@unimc.it – 0733 258 2747).

Art. 21 – Norme finali

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

RIEPILOGO IMPORTI E TASSE

Iscrizione intero corso per studenti e uditori	€ 3.000,00
Iscrizione modulo di base singolo	€ 120,00
Iscrizione modulo di approfondimento singolo	€ 250,00

RIEPILOGO SCADENZE

TIPOLOGIA	SCADENZA
Domanda di iscrizione entro il:	9 gennaio 2023
Conferma di iscrizione mediante pagamento della I° rata, entro il	30 gennaio 2023
Pagamento II° rata, entro il:	30 giugno 2023

Inizio attività didattiche	Febbraio 2023
Conseguimento titolo	Febbraio 2024

INFORMAZIONI E CONTATTI

Ufficio di Segreteria del Master
Dott.ssa Silvia Paccapelo Tel. 0733 258 3206 e-mail: silvia.paccapelo@unimc.it

Il Direttore del Dipartimento di Economia e Diritto
Prof.ssa Elena Cedrola

RICHIESTA DI AGEVOLAZIONI

- Da compilarsi solo se il candidato desidera usufruire delle agevolazioni previste
- Da allegare alla domanda di iscrizione al Master Universitario di I livello in “Marketing e direzione aziendale” Anno Accademico 2022/2023

Al Magnifico Rettore

Università degli Studi di Macerata

Il/la sottoscritto/a _____

sotto la propria responsabilità, ai sensi degli artt. 46 e 47 del D.P.R. n. 445 del 28/12/2000 e consapevole delle sanzioni penali previsto in caso di dichiarazione mendace, ai sensi dell’art.76 del D.P.R. n. 445 del 28/12/2000,

CHIEDE

di poter usufruire della seguente agevolazione prevista nel bando del Master in “Marketing e direzione aziendale” anno accademico 2022/2023:

- Esenzione dal pagamento della seconda rata della tassa di iscrizione per requisiti di merito e di reddito. Il/la candidato/a allega attestazione definitiva I.S.E.E sui redditi e patrimoni del nucleo familiare dello studente relativi all’anno 2022 formulata con l’assistenza di un CAAF.

- Programma “PA 110 e lode”.

Ente di appartenenza:

-
- Borse di studio INPS (qualora attribuite)

A tal fine:

1. Il/la candidato/a dichiara di essere in possesso dei requisiti richiesti dal bando del Master.
2. Il/la candidato/a, essendo a conoscenza del divieto di cumulabilità di borse di studio con altre borse di studio, premi o finanziamenti, in qualsiasi modo definiti, a qualunque titolo conferiti, da enti pubblici o privati, ha presentato o intende presentare richiesta di borsa o contributo di altri enti, pubblici o privati?

NO

SI

Se SI, quali?

Il/la sottoscritto/a acconsente, ai sensi GDPR – Regolamento UE n. 2016/679, che i dati indicati nella presente richiesta di agevolazioni vengano utilizzati a tale scopo e comunque nell'ambito delle attività istituzionali dell'Università degli Studi di Macerata e siano trattati in conformità a quanto specificato dalla legge stessa.

Data _____

FIRMA _____

Nome Cognome