



Informazioni generali sul Corso di Studi

Università	Università degli Studi di VERONA
Nome del corso in italiano RD	Marketing e Comunicazione d'Impresa(<i>IdSua:1552502</i>)
Nome del corso in inglese RD	Marketing and Corporate Communication
Classe	LM-77 - Scienze economico-aziendali RD
Lingua in cui si tiene il corso RD	italiano
Eventuale indirizzo internet del corso di laurea RD	http://www.dea.univr.it/dol/main?ent=cs&id=383
Tasse	http://www.univr.it/main?ent=servizioaol&idDest=1&serv=16&lang=it
Modalità di svolgimento	a. Corso di studio convenzionale

Referenti e Strutture

Presidente (o Referente o Coordinatore) del CdS	RUSSO Ivan
Organo Collegiale di gestione del corso di studio	Collegio Didattico di Marketing e comunicazione d'impresa
Struttura didattica di riferimento	Economia aziendale
Eventuali strutture didattiche coinvolte	Scienze economiche

Docenti di Riferimento

N.	COGNOME	NOME	SETTORE	QUALIFICA	PESO	TIPO SSD
1.	CAPITELLO	Roberta	AGR/01	PA	1	Affine
2.	FERRARI	Maria Luisa	SECS-P/12	PA	1	Caratterizzante
3.	GAETA	Davide Nicola Vincenzo	AGR/01	PA	1	Affine
4.	GOLDONI	Giovanni	SECS-P/13	PA	1	Caratterizzante
5.	NOTO	Sergio	SECS-P/12	RU	1	Caratterizzante

6.	ROSSATO	Chiara	SECS-P/08	RU	1	Caratterizzante
7.	RUSSO	Ivan	SECS-P/08	PA	1	Caratterizzante
8.	SIDALI	Katia Laura	AGR/01	RD	1	Affine
9.	BRUNETTI	Federico	SECS-P/08	PO	1	Caratterizzante

Rappresentanti Studenti	Rappresentanti degli studenti non indicati
Gruppo di gestione AQ	Paola Castellani Giovanni Goldoni Andrea Mancarella Ivan Russo
Tutor	Luca MORI Chiara ROSSATO Maria Luisa FERRARI Roberta CAPITELLO Davide Nicola Vincenzo GAETA Riccardo STACCHEZZINI Giovanni GOLDONI Ivan RUSSO Luigi GROSSI Federico BRUNETTI Paola CASTELLANI Luca ZARRI Paola SIGNORI

Il Corso di Studio in breve

14/06/2019

Caratteristiche e finalità

Il Corso offre formazione specialistica nelle aree marketing e comunicazione, con focalizzazione, secondo il curriculum, sulla prospettiva dell'impresa o del territorio. Alla base del progetto formativo sta un orientamento ispirato a principi di benessere a lungo termine, a livello individuale e sociale.

Per la sua vocazione culturale e valoriale, il Corso dedica attenzione non solo al trasferimento delle conoscenze scientifiche e metodologiche, ma anche allo sviluppo di capacità applicative, lettura del contesto, riflessione e formulazione di valutazioni complesse, comunicazione e relazione inter-soggettiva nonché delle necessarie doti di curiosità e apertura mentale. Aspetto caratterizzante è l'aspirazione a coniugare conoscenze e competenze tecniche con una sensibilità culturale di ampio respiro. Si intende formare persone in grado di comprendere, analizzare, operare, dialogare e intrattenere relazioni di business efficaci con il mercato e tutti gli stakeholder dell'impresa, in un contesto di complessità, dinamismo, interculturalità, tendenza all'imprevedibilità.

Il primo anno comune è di matrice pluridisciplinare e comprende insegnamenti di area aziendale, economica, giuridica, quantitativa; al secondo anno, distinto in due curriculum, si affrontano materie utili a chi si inserirà in contesti aziendali o in alternativa relative al territorio come unità di analisi e azione.

I contenuti degli insegnamenti sono aggiornati secondo il divenire della ricerca scientifica.

Il percorso termina con la discussione di un elaborato scritto, che approfondisce un tema tra quelli trattati nel piano di studio.

Ambiti lavorativi

Gli sbocchi lavorativi riguardano in prima istanza le figure di marketing manager, product manager, marketing & communication specialist, key-account manager, brand manager, sales manager, marketing analyst, web marketing manager, operations e logistics manager, destination manager o comunque posizioni operanti prevalentemente nell'ambito del Marketing e delle Vendite d'impresa o di organizzazioni non profit. In prospettiva, possono includere posizioni di responsabilità negli stessi ambiti fino a livello di conduzione generale dell'impresa.

Dalla triennale alla magistrale

Per accedere sono necessari 30 CFU nei settori da SECS-P/07 a SECS-P/11 e SECS-P/13; 15 CFU da SECS-P/01 a SECS-P/06; 9 CFU in IUS/01, IUS/04, IUS/05, IUS/07, IUS/09; IUS/12; 6 CFU in SECS-S/01, SECS-S/03, SECS-S/05, SECS-S/06.

È richiesta una certificazione B1 di lingua inglese e un'adeguata preparazione personale, verificata con modalità indicate nel regolamento didattico.

Lo studente ha la possibilità di svolgere esperienze di studio e stage all'estero grazie a programmi di mobilità internazionale. Sono organizzate attività integrative della didattica tradizionale, quali testimonianze di manager e professionisti, visite in azienda, seminari, analisi di casi e lavori di gruppo, project work, corsi professionalizzanti. Sono garantiti servizi di tutorato e counselling, nonché di orientamento al lavoro. Sono garantiti servizi di assistenza per studenti con disabilità. Sono previsti incentivi, riduzioni contributive e borse di studio per studenti meritevoli. Punto di riferimento per informazioni in merito all'organizzazione didattica e ai principali servizi è l'Unità Operativa Didattica e Studenti.

Per informazioni amministrative (scadenze, crediti necessari, valutazione piani di studio) scrivere alla Segreteria Didattica magistrali.economia@ateneo.univr.it

Link: <http://www.dea.univr.it/?ent=cs&id=383>



QUADRO A1.a
RAD

Consultazione con le organizzazioni rappresentative - a livello nazionale e internazionale - della produzione di beni e servizi, delle professioni (Istituzione del corso)

14/06/2018

ORGANO CHE EFFETTUA LA CONSULTAZIONE:

L'organo che effettua la consultazione è il Referente del CdS, affiancato in particolare dai componenti del Team AQ, ma con un coinvolgimento attivo di tutti i singoli Docenti del Corso.

ORGANIZZAZIONI CONSULTATE:

Le organizzazioni, consultate attraverso i loro rappresentanti indicati, sono le seguenti:

Paolo Isolati, Direttore Marketing Bauli spa
Giorgio D'Arcano, Presidente Calzaturificio Frau spa
Giorgio Colombo, Direttore Dipartimento Sponsorship&Events Ebiquity srl
Danilo Santi, Direttore Operativo Gardaland srl
Raffaele Boscaini, Technical Group Coordinator Masi Agricola spa
Mauro Visintainer, Terra Institute
Gianluca Adami, Titolare Clab Comunicazione srl
Marco Geronimi Stoll, Rete Smarketing
Ivo Ferrario, Direttore Comunicazione Centromarca
Andrea Meneghelli, Brand Director Brooks England Ltd.
Saverio Sbalchiero, Titolare Sbalchiero & Partners srl
Luca Innocenzi, Direttore Marketing Franklin & Marshall srl
Corrado Ferraro, Direttore Marketing Fondazione Arena di Verona
Giulia Cogoli, Titolare Giulia Cogoli Comunicazione sas
Michele Bertuzzi, Managing Director Venber srl
Ivan Ferraro, Titolare Cube Retail Contract srl

Delle consultazioni relative ai temi specificamente legati al Corso di Studi (esigenze formative, valutazioni di efficacia, ecc.), tutte databili con precisione, non è stato redatto formale verbale. Esse sono infatti avvenute nell'ambito di incontri aventi di volta in volta ad oggetto anche altri temi di interesse comune. La natura e le modalità di tali incontri, peraltro, erano tali da non prevedere una loro verbalizzazione o comunque da farla ritenere meno proficua in termini di capacità di acquisizione di informazioni utili per il Corso di Studi.

Da segnalare anche i contatti attivati con gli studenti Laureati tramite il social network professionale LinkedIn.

MODALITA'

L'Ateneo veronese, per iniziativa del Presidio per l'Assicurazione della Qualità, ha promosso un progetto di revisione complessiva del rapporto tra i Corsi di studio e le Parti sociali, allo scopo di delineare un nuovo modello di consultazione in forma di tavoli permanenti. A regime, questo modello permetterà non solo di adeguare la reportistica alle richieste del sistema di accreditamento e valutazione nazionale, ma soprattutto di mantenere un dialogo costante con le istituzioni e le imprese del territorio sugli obiettivi e sui contenuti dell'attività didattica, nonché sull'orientamento al mondo del lavoro e sulle ricadute occupazionali.

In attesa che il piano di Ateneo, volto alla costituzione di tavoli permanenti con le Parti sociali, sia avviato e produca i suoi effetti, gli organi sopra indicati hanno proceduto con la loro costante attività di contatto con le Imprese e gli Stakeholder rilevanti del territorio.

I contatti si sono verificati in occasione della sottoscrizione di progetti formativi di stage o della richiesta da parte delle imprese di nominativi di studenti per l'attivazione di stage, dell'intervento a lezione di imprenditori e manager in qualità di testimoni aziendali,

di incontri nell'ambito di progetti di ricerca, di intervento dei Docenti a Convegni, Workshop, Seminari, Incontri.

QUADRO A1.b

Consultazione con le organizzazioni rappresentative - a livello nazionale e internazionale - della produzione di beni e servizi, delle professioni (Consultazioni successive)

01/06/2019

Dalle consultazioni iniziali non sono state finora condotte ulteriori consultazioni formali, intese come incontri ufficiali che prevedessero la partecipazione di più persone ed un processo di verbalizzazione.

Gli obiettivi della formazione e la loro aderenza alle esigenze del mondo del lavoro sono tuttavia oggetto di attenzione continua e costantemente tenute sotto controllo a livello di referente e di Team AQ.

Le occasioni di incontro con le aziende e gli attori istituzionali da parte del Referente, dei membri del Team e naturalmente anche dei singoli docenti del Corso sono infatti molto frequenti. Si possono citare ad esempio i contatti con le imprese funzionali all'attivazione di stage, le relazioni scaturite dalla richiesta di laureati per l'inserimento in azienda, lo svolgimento di testimonianze imprenditoriali all'interno degli insegnamenti, gli incontri nell'ambito di progetti e attività di ricerca sul campo, i colloqui nell'ambito di eventi istituzionali, aziendali o di terze parti.

Intesys, Open Service, Calzedonia, Lidl, Gruppo Manni, Logistica 1, Ebiquity, Cooe Italia, Davines, Bauli, Ogilvy & Mather, Leo Burnett, Maxfone Italia, Pastificio Giovanni Rana, Carraro Group, Avanzini Traporti, Isap sono solo alcune delle realtà imprenditoriali con cui si sono intrattenuti rapporti a vario titolo nel corso dell'ultimo anno.

In tali occasioni si procede sempre - esplicitamente o attraverso forme di raccolta delle informazioni indirette - a recepire dagli interlocutori elementi, indicazioni, suggerimenti utili per l'allineamento degli obiettivi formativi del corso ed il miglioramento del percorso formativo.

Con alcune aziende è stata effettuata anche una consultazione formale debitamente verbalizzata: Isap (dr. Marco Omboni), Avanzini Logistica (Ing. Paolo Paschetto), ServiceMed (dr. Gabriele Borsoi).

Oltre a ciò, giova ricordare che la relazione di fine stage redatta a cura del referente aziendale è un documento formale, che viene abitualmente considerato a livello di Team AQ.

Si menzionano inoltre le consultazioni dirette che avvengono con gli Studenti in fase sia pre che post stage e con i laureandi.

Si cita infine l'attività di consultazione indiretta, che contempla la rilevazione di informazioni utili da Almalaurea, siti web, organi di stampa, in particolare Sole 24 Ore e Italia Oggi, Corriere della Sera e relativi inserti.

La validità degli obiettivi e del percorso nel suo complesso è pertanto sostanzialmente confermata.

Pdf inserito: [visualizza](#)

QUADRO A2.a

R³D

Profilo professionale e sbocchi occupazionali e professionali previsti per i laureati

Esperto di marketing in ambito aziendale

funzione in un contesto di lavoro:

Il laureato in Marketing e Comunicazione d'Impresa curriculum Marketing d'Impresa si occupa, tanto in imprese di produzione di beni o servizi quanto in agenzie di comunicazione, dei processi connessi al rapporto tra impresa e mercato. In particolare, è in grado di gestire la definizione della corporate identity, il posizionamento del prodotto e/o del brand, l'implementazione del marketing mix, la progettazione e realizzazione della comunicazione aziendale, il miglioramento delle attività logistiche, l'esecuzione di ricerche e analisi di mercato, lo svolgimento delle attività di public relation, l'allestimento di un ufficio stampa, l'organizzazione di eventi.

competenze associate alla funzione:

Il laureato è dotato di una solida impostazione culturale e di una appropriata visione d'insieme sulle quali si innestano gli indispensabili strumenti e metodi tecnico-specialistici, in modo tale da consentirgli di presidiare al meglio nelle sue diverse componenti l'interfaccia tra impresa e contesto esterno, in particolare di mercato. Nello specifico, tra l'altro, è in grado di redigere un Piano di Marketing e di Comunicazione, conosce il significato ed il funzionamento della corporate identity e reputation, sa ottimizzare le relazioni all'interno della catena di fornitura. È dotato di una forte attitudine al problem solving, nel quadro di una considerevole sensibilità all'ascolto delle istanze degli stakeholder, alla ricerca della soddisfazione del cliente e del benessere della collettività ed al rispetto dei principi etici.

sbocchi occupazionali:

Product manager
Brand manager
Trade and retail manager
Supply chain manager
Customer relationship manager
Marketing analyst
Communication specialist
Key

Esperto di promozione territoriale

funzione in un contesto di lavoro:

Il laureato in Marketing e Comunicazione d'Impresa curriculum Marketing Territoriale si occupa della costruzione delle relazioni tra i vari soggetti appartenenti al territorio di riferimento, della messa a fuoco della sua identità, della sua valorizzazione nonché della sua promozione sia a fini turistici, a fini di attrazione di investimenti produttivi e di assicurazione della qualità della vita dei residenti. In questo contesto interagisce con diverse competenze maturate nel campo dell'architettura, della tutela ambientale e della sociologia. In particolare il laureato con questo curriculum è in grado di valutare i punti di forza e debolezza di un territorio, di interagire con i settori produttivi portanti per diffonderne la conoscenza al di fuori dell'ambito specifico, di costruire il brand di un territorio e di diffonderlo, di produrre linee strategiche di sviluppo da proporre all'ente locale, di partecipare a valutazioni di sostenibilità ambientale, di costruire sistemi di comunicazione adatti a diffondere e sostenere lo sviluppo dei distretti produttivi locali, di comunicare il territorio in ambito internazionale, di elaborare progetti di turismo artistico, eno-gastronomico e d'affari, di agire con i soggetti pubblici preposti allo sviluppo del territorio e in particolare con le Fiere e le grandi infrastrutture di trasporto.

competenze associate alla funzione:

Il laureato dispone delle conoscenze e delle competenze utili per comprendere, interpretare e operativizzare la nozione di territorio nelle sue componenti economiche, storiche, geografiche, architettoniche, culturali ed ambientali. Particolare attenzione il corso riserva ad una delle aree di eccellenza del territorio veronese per sostenere lo sviluppo della vocazione agro- alimentari e vitivinicole dell'area, con una spiccata sensibilità agli imprescindibili temi della sostenibilità ambientali ed ai legami che il settore rivela con lo sviluppo turistico locale in campo eno-gastronomico. Il laureato dispone così di una competenza di linguaggio che gli consente di interagire con le professionalità che si esprimono nella ricerca della valorizzazione di un'area.

sbocchi occupazionali:

Destination manager in imprese del settore turistico
Analista di processi di sviluppo locale ed internazionale in enti preposti alla valorizzazione territoriale come enti locali, fiere,

grandi infrastrutture di trasporto

Consulente in tema di costruzione e comunicazione del brand di un territorio

Consulente in tema di rilevazione della qualità della vita di un'area e di progettista dei processi di sviluppo possibili e sostenibili sulla base dello specifico tratto del territorio oggetto di analisi

Prosecuzione degli studi

funzione in un contesto di lavoro:

Il laureato può proseguire gli studi nell'ambito di Master di II livello, Corsi di perfezionamento, nonché Dottorati di ricerca di ambito economico-aziendale

competenze associate alla funzione:

sbocchi occupazionali:

QUADRO A2.b

R³D

Il corso prepara alla professione di (codifiche ISTAT)

1. Specialisti nell'acquisizione di beni e servizi - (2.5.1.5.1)
2. Specialisti nella commercializzazione di beni e servizi (escluso il settore ICT) - (2.5.1.5.2)
3. Specialisti nella commercializzazione nel settore delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione - (2.5.1.5.3)
4. Analisti di mercato - (2.5.1.5.4)
5. Ricercatori e tecnici laureati nelle scienze economiche e statistiche - (2.6.2.6.0)

QUADRO A3.a

R³D

Conoscenze richieste per l'accesso

14/06/2018

Gli Studenti che intendono essere ammessi al Corso devono:

a) essere in possesso della laurea o del diploma universitario di durata triennale, ovvero di altro titolo di studio conseguito all'estero, riconosciuto idoneo. La valutazione di idoneità sarà effettuata caso per caso dal Collegio Didattico di afferenza;

b) essere in possesso dei requisiti curriculari di seguito indicati:

Ambito aziendale (settori SECS P/07; SECS-P/08; SECS-P/09; SECS-P/10; SECS-P/11; SECS-P/13): almeno 30 CFU

Ambito economico (SECS-P/01; SECS-P/02; SECS-P/03; SECS-P/04; SECS-P/05; SECS-P/06): almeno 15 CFU

Ambito giuridico (IUS/01; IUS/04; IUS/05; IUS/07; IUS/09; IUS/12): almeno 9 CFU

Ambito statistico-economico (SECS-S/01; SECS-S/03; SECS-S/05; SECS-S/06): almeno 6 CFU;

c) essere in possesso dei seguenti requisiti linguistici: certificazione di livello B1 (completo o superiore del sistema QCER),

ovvero altra certificazione equipollente, relativa alla conoscenza della lingua inglese.

Oltre ai requisiti di cui ai punti a), b) e c), ai fini dell'ammissione al Corso, lo Studente dovrà dimostrare di possedere un'adeguata preparazione personale. Essa sarà considerata verificata in presenza di una votazione di laurea non inferiore a 95/110 conseguita da non oltre 10 anni rispetto alla data di presentazione della domanda.

Il laureato con voto di laurea inferiore a 95/110 ovvero con titolo conseguito da oltre 10 anni nonché tutti i laureandi devono sottoporsi al test di accertamento dell'adeguata preparazione personale. Il test è finalizzato all'accertamento di abilità mnemoniche, logico-matematiche e di comprensione del testo ritenute adeguate per l'accesso al secondo livello di istruzione universitaria.

Il candidato che non abbia superato il test, ma che abbia conseguito una votazione media ponderata uguale o superiore a 23,5/30 negli esami di ambito aziendale, sarà comunque ammesso.

Le modalità di svolgimento del test valide per l'a.a. 2014/2015 sono riportate nel file allegato.

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Requisiti di ammissione a.a. 2014/15

QUADRO A3.b

Modalità di ammissione

14/06/2019

Una volta in possesso dei requisiti di cui al quadro A3.a, le modalità di ammissione al corso di studio prevedono le seguenti condizioni e procedure:

1. Effettuazione della pre-iscrizione al test di valutazione

La pre-iscrizione al test di valutazione è obbligatoria. Si effettua accedendo al portale Esse3.

I laureati/laureandi di un altro Ateneo devono inviare all'ufficio competente una autocertificazione dei requisiti curriculari maturati e/o maturandi.

Il corso di preferenza non è modificabile dopo la chiusura delle pre-iscrizioni.

2. Svolgimento del test di valutazione

Il test di valutazione consiste in 50 quesiti a risposta multipla da risolvere in 60 minuti, volti a verificare abilità mnemoniche, logico-matematiche e di comprensione del testo.

I laureati che entro la data stabilita per il test di valutazione risultano in possesso di un punteggio non inferiore a 95/110 saranno esonerati dal test.

Nello specifico, l'esonero riguarda:

a) i laureati con voto non inferiore a 95/110 e che hanno conseguito il titolo entro la scadenza della pre-iscrizione. Essi potranno inserire/aggiornare i dati relativi al conseguimento del titolo e del voto minimo tramite la procedura di prenotazione;

b) i laureati con voto non inferiore a 95/110 e che hanno conseguito il titolo tra la data di scadenza della pre-iscrizione e la data fissata per il test di valutazione:

- se sono laureati dell'Università di Verona, saranno esonerati d'ufficio, senza ulteriori adempimenti a loro carico;

- se sono laureati di un altro Ateneo, dovranno comunicare all'ufficio competente il titolo e il voto di laurea

3. Perfezionamento dell'immatricolazione

Potrà immatricolarsi, tramite il portale Esse3, chi si è prenotato al test, è in regola con i requisiti curriculari e ha (in alternativa):


- a) conseguito il titolo triennale con voto non inferiore a 95/110, ovvero
- b) sostenuto e superato il test di valutazione con punteggio non inferiore a 20/50.

In particolare:

- gli studenti sub a) potranno immatricolarsi non appena avranno ricevuto l'email di conferma dell'esonero;
- gli studenti sub b) potranno immatricolarsi dopo la pubblicazione dei risultati del test di valutazione.

Sono esonerati da tutte le procedure sopra descritte:

- a) gli studenti che effettuino un passaggio interno da altro corso di laurea magistrale di area economica, la cui richiesta di passaggio sia stata presentata nei modi e nei tempi previsti.
- b) gli studenti con titolo di ammissione conseguito all'estero, la cui richiesta di iscrizione dovrà essere presentata alla Struttura didattica competente con la documentazione prescritta.

QUADRO A4.a 	Obiettivi formativi specifici del Corso e descrizione del percorso formativo
--	---

14/06/2018

Il Corso si propone di formare un laureato magistrale con competenze qualificate nel campo del marketing e della comunicazione, spendibili nel contesto di entità imprenditoriali di natura privata o organizzazioni e istituzioni di natura pubblica.

Le aree di formazione e apprendimento sono:


- Marketing
- Territoriale
- Accounting
- Economica
- Sociologica
- Quantitativa
- Giuridica

Il percorso si articola in un primo anno comune a tutti gli studenti del CdLM e in un secondo anno differenziato in due curricula.

Il primo anno fornisce una base di conoscenze comune, con una equilibrata ripartizione delle materie tra le diverse aree di apprendimento.

Il curriculum Marketing d'Impresa è vocato all'inserimento nell'area del Marketing in realtà produttive di beni o servizi o all'esercizio di attività consulenziale.

Il curriculum Marketing Territoriale è volto a fornire le conoscenze utili per l'inserimento in realtà private o pubbliche dedicate allo sviluppo del territorio, nella sua configurazione di reti di relazioni sistemiche.

QUADRO A4.b.1 	Conoscenza e comprensione, e Capacità di applicare conoscenza e comprensione: Sintesi
--	--

Conoscenza e capacità di comprensione

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

QUADRO A4.b.2

Conoscenza e comprensione, e Capacità di applicare conoscenza e comprensione: Dettaglio

Marketing

Conoscenza e comprensione

Il laureato dovrà conoscere i principi, i contenuti e le tecniche relativi alle principali aree di manifestazione delle attività di marketing.

Il laureato sarà in grado di identificare e risolvere i principali problemi nell'ambito del marketing, dei servizi, della comunicazione d'impresa e dell'ottimizzazione del servizio logistico.

I risultati di apprendimento vengono raggiunti attraverso un ventaglio di attività formative che prevedono, a seconda dell'insegnamento, una combinazione tra lezione frontale, testimonianze in aula di imprenditori e manager, esercitazioni, letture integrative.

La verifica dei risultati avviene attraverso diverse modalità che, a seconda dell'insegnamento, possono includere un colloquio orale e/o prove scritte a risposta aperta.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Il laureato sarà in grado di seguire tutte le fasi relative alla predisposizione di un piano strategico e operativo di marketing e comunicazione, di un digital media planning come pure di procedere ad un brand positioning o di gestire in maniera appropriata le relazioni operative con gli stakeholder esterni all'impresa come, ad esempio, clienti, fornitori e provider di servizi.

I risultati di apprendimento vengono raggiunti attraverso un ventaglio di attività formative che prevedono, a seconda dell'insegnamento, una combinazione tra esercitazioni, svolgimento di lavori di gruppo o individuali, analisi di case studies.

La verifica dei risultati avviene attraverso diverse modalità che, a seconda dell'insegnamento, possono includere colloqui orali, la risoluzione di business case, la discussione di lavori di gruppo o individuali.

Le conoscenze e capacità sono conseguite e verificate nelle seguenti attività formative:

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

CORPORATE COMMUNICATION [url](#)

CORPORATE IDENTITY ED ETICA D'IMPRESA [url](#)

CUSTOMER SERVICE E SUPPLY CHAIN MANAGEMENT [url](#)

DIGITAL BUSINESS & WEB MARKETING [url](#)

MARKETING COMMUNICATIONS [url](#)

MARKETING TERRITORIALE [url](#)

Territoriale

Conoscenza e comprensione

Il laureato dovrà maturare opportuna conoscenza del territorio come entità di azione strategica per lo sviluppo sostenibile con particolare riguardo alla sua vocazione agro-alimentare e vitivinicola quali componenti centrali della sua identità.

Significativo spazio sarà dedicato al tema della sostenibilità, in ambito territoriale.

I risultati di apprendimento vengono raggiunti attraverso un ventaglio di attività formative che prevedono, a seconda

dell'insegnamento, una combinazione tra lezione frontale, testimonianze in aula di imprenditori e manager, esercitazioni, letture integrative.

La verifica dei risultati avviene attraverso diverse modalità che, a seconda dell'insegnamento, possono includere un colloquio

orale e/o prove scritte a risposta aperta.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Il laureato sarà in grado di predisporre progetti per la valorizzazione del territorio, unendo le competenze di base sugli strumenti e le tecniche di marketing alla sensibilità verso gli aspetti e le componenti che portano alla identificazione di un territorio come entità dotata di iniziativa strategica.

I risultati di apprendimento vengono raggiunti attraverso un ventaglio di attività formative che prevedono, a seconda dell'insegnamento, una combinazione tra esercitazioni, svolgimento di lavori di gruppo o individuali, analisi di case studies.

La verifica dei risultati avviene attraverso diverse modalità che, a seconda dell'insegnamento, possono includere colloqui orali, la risoluzione di business case, la discussione di lavori di gruppo o individuali.

Le conoscenze e capacità sono conseguite e verificate nelle seguenti attività formative:

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

AGRIBUSINESS [url](#)

FOOD AND WINE MARKETING [url](#)

SOSTENIBILITA' TERRITORIALE [url](#)

Accounting

Conoscenza e comprensione

Il laureato dovrà possedere le conoscenze utili circa la formazione, il significato e l'interpretazione del bilancio di impresa e delle altre forme di reportistica aziendale. Tali conoscenze arrivano ad includere anche gli eventuali limiti e criticità connessi al bilancio di esercizio come strumento di comunicazione.

Il laureato dovrà conoscere gli altri strumenti di rendicontazione aziendale, prettamente finalizzati alla comunicazione sociale.

I risultati di apprendimento vengono raggiunti attraverso un ventaglio di attività formative che prevedono, a seconda dell'insegnamento, una combinazione tra lezione frontale, testimonianze in aula di imprenditori e manager, esercitazioni, letture integrative.

La verifica dei risultati avviene attraverso diverse modalità che, a seconda dell'insegnamento, possono includere un colloquio orale e/o prove scritte a risposta aperta.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Il laureato sarà in grado di impiegare il bilancio e gli altri prospetti contabili di sintesi nel quadro complessivo delle forme e delle modalità di comunicazione tra l'impresa e gli stakeholder.

Egli altresì dovrà saper applicare gli standard nazionali ed internazionali nella costruzione di strumenti di comunicazione sociale e ambientale idonei a relazionare l'azienda con i suoi principali stakeholder.

I risultati di apprendimento vengono raggiunti attraverso un ventaglio di attività formative che prevedono, a seconda dell'insegnamento, una combinazione tra esercitazioni, svolgimento di lavori di gruppo o individuali, analisi di case studies.

La verifica dei risultati avviene attraverso diverse modalità che, a seconda dell'insegnamento, possono includere colloqui orali, la risoluzione di business case, la discussione di lavori di gruppo o individuali.

Le conoscenze e capacità sono conseguite e verificate nelle seguenti attività formative:

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

LINGUAGGIO DEI BILANCI [url](#)

Economica

Conoscenza e comprensione

Il laureato dovrà conoscere la prospettiva della behavioral economics per la comprensione del comportamento del consumatore. Coerentemente con la visione di fondo che ispira l'intero CdLM, il laureato avrà avuto modo di confrontarsi anche con il percorso storico che ha portato all'attuale modello di economia, con particolare riguardo all'interessante filone di ricerca sui paradossi del benessere.

I risultati di apprendimento vengono raggiunti attraverso un ventaglio di attività formative che prevedono, a seconda dell'insegnamento, una combinazione tra lezione frontale, testimonianze in aula di imprenditori e manager, esercitazioni, letture integrative.

La verifica dei risultati avviene attraverso diverse modalità che, a seconda dell'insegnamento, possono includere un colloquio orale e/o prove scritte a risposta aperta.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Il laureato sarà in grado di dare profondità storica all'analisi dei moderni sistemi economici complessi e di utilizzare le categorie analitiche dell'economia comportamentale.

I risultati di apprendimento vengono raggiunti attraverso un ventaglio di attività formative che prevedono, a seconda dell'insegnamento, una combinazione tra esercitazioni, svolgimento di lavori di gruppo o individuali, analisi di case studies.

La verifica dei risultati avviene attraverso diverse modalità che, a seconda dell'insegnamento, possono includere colloqui orali, la risoluzione di business case, la discussione di lavori di gruppo o individuali.

Le conoscenze e capacità sono conseguite e verificate nelle seguenti attività formative:

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

ECONOMIA COMPORTAMENTALE [url](#)

STORIA DEL COMMERCIO [url](#)

STORIA DELLO SVILUPPO ECONOMICO TERRITORIALE [url](#)

Sociologica

Conoscenza e comprensione

Coerentemente con la visione interdisciplinare data al percorso del CdS, il laureato avrà familiarizzato con la prospettiva della sociologia e della psicologia applicate al consumo, quale indispensabile presupposto per una adeguata comprensione dell'agire di consumo degli individui come agire sociale, particolarmente nei suoi aspetti simbolici e relazionali, cogliendone gli aspetti "irrazionali" di azione sociale e relazione sociale.

I risultati di apprendimento vengono raggiunti attraverso un ventaglio di attività formative che prevedono, a seconda dell'insegnamento, una combinazione tra lezione frontale, testimonianze in aula di imprenditori e manager, esercitazioni, letture integrative.

La verifica dei risultati avviene attraverso diverse modalità che, a seconda dell'insegnamento, possono includere un colloquio orale e/o prove scritte a risposta aperta.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Il laureato disporrà delle categorie analitiche e delle chiavi concettuali utili per decodificare il consumo, tanto nella sua dimensione di agire dotato di senso sul piano sociale quanto in quella di manifestazione e determinazione della propria identità sul piano individuale.

I risultati di apprendimento vengono raggiunti attraverso un ventaglio di attività formative che prevedono, a seconda dell'insegnamento, una combinazione tra esercitazioni, svolgimento di lavori di gruppo o individuali, analisi di case studies.

La verifica dei risultati avviene attraverso diverse modalità che, a seconda dell'insegnamento, possono includere colloqui orali, la risoluzione di business case, la discussione di lavori di gruppo o individuali.

Le conoscenze e capacità sono conseguite e verificate nelle seguenti attività formative:

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

SOCIOLOGIA E PSICOLOGIA DEI CONSUMI [url](#)

Quantitativa

Conoscenza e comprensione

Il laureato disporrà delle conoscenze circa i principali metodi e strumenti di analisi statistica atti a dare corretta lettura e interpretazione dei correnti fenomeni di mercato, nonché supporto alle decisioni strategiche e operative di marketing. I risultati di apprendimento vengono raggiunti attraverso un ventaglio di attività formative che prevedono, a seconda dell'insegnamento, una combinazione tra lezione frontale, testimonianze in aula di imprenditori e manager, esercitazioni, letture integrative.

La verifica dei risultati avviene attraverso diverse modalità che, a seconda dell'insegnamento, possono includere un colloquio orale e/o prove scritte a risposta aperta.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Il laureato sarà in grado di utilizzare gli strumenti di base per preparare una ricerca di mercato o interpretarne i risultati con l'obiettivo realizzare assistere nella realizzazione di un efficace sistema informativo di marketing.

I risultati di apprendimento vengono raggiunti attraverso un ventaglio di attività formative che prevedono, a seconda dell'insegnamento, una combinazione tra esercitazioni, svolgimento di lavori di gruppo o individuali, analisi di case studies.

La verifica dei risultati avviene attraverso diverse modalità che, a seconda dell'insegnamento, possono includere colloqui orali, la risoluzione di business case, la discussione di lavori di gruppo o individuali.

Le conoscenze e capacità sono conseguite e verificate nelle seguenti attività formative:

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

STATISTICA AZIENDALE [url](#)

Giuridica

Conoscenza e comprensione

Il laureato avrà acquisito le conoscenze delle discipline giuridiche di maggiore interesse nell'ambito della funzione di Marketing aziendale, ovvero quelle che concernono i temi della tutela del marchio, della disciplina della concorrenza e lo scambio di tecnologie.

I risultati di apprendimento vengono raggiunti attraverso un ventaglio di attività formative che prevedono, a seconda dell'insegnamento, una combinazione tra lezione frontale, testimonianze in aula di imprenditori e manager, esercitazioni, letture integrative.

La verifica dei risultati avviene attraverso diverse modalità che, a seconda dell'insegnamento, possono includere un colloquio orale e/o prove scritte a risposta aperta.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Il laureato disporrà dei necessari istituti e delle necessarie categorie per affrontare e risolvere le principali questioni di ordine giuridico afferenti alla funzione marketing.

I risultati di apprendimento vengono raggiunti attraverso un ventaglio di attività formative che prevedono, a seconda dell'insegnamento, una combinazione tra esercitazioni, svolgimento di lavori di gruppo o individuali, analisi di case studies.

La verifica dei risultati avviene attraverso diverse modalità che, a seconda dell'insegnamento, possono includere colloqui orali, la risoluzione di business case, la discussione di lavori di gruppo o individuali.

Le conoscenze e capacità sono conseguite e verificate nelle seguenti attività formative:

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

DIRITTO INDUSTRIALE E DELLA CONCORRENZA [url](#)

QUADRO A4.c

R&D

Autonomia di giudizio

Abilità comunicative

Capacità di apprendimento

Autonomia di giudizio

Risultati di apprendimento attesi

L'orientamento di fondo del CdLM è ispirato ad una visione non deterministica dei fenomeni aziendali e di marketing. In questo contesto, il CdLM intende porsi non solo come percorso per l'acquisizione di competenze e conoscenze tecniche, ma anche come occasione di crescita personale e culturale dello studente. Su tali premesse, la maturazione da parte dello studente di adeguate facoltà di giudizio autonomo appare ben fondata.

Attività formative e strumenti didattici

I risultati di cui sopra scaturiscono, da un lato, dalla pluralità degli approcci e degli insegnamenti, che a tal fine includono oltre a quelli più in linea con l'ambito di riferimento contenuti di matrice storica, sociologica, etica. Dall'altro, sono agevolati dalla comune propensione a forme di didattica interattiva che sollecitano il coinvolgimento dello Studente e richiedono l'assunzione di un punto di vista personale.

Abilità comunicative

Risultati di apprendimento attesi

In un CdLM in tema di comunicazione l'aspetto delle abilità comunicative è di particolare rilevanza. Risulta conseguente perciò che lo Studente sviluppi skill quantitativamente e qualitativamente appropriate al riguardo.

Attività formative e strumenti didattici

In relazione al punto di vista in questione, particolarmente interessati sono gli insegnamenti di area Marketing i quali, oltre a trasmettere le conoscenze in materia di comunicazione specifiche per operare in ambito aziendale, giocoforza incoraggiano lo sviluppo di una sensibilità verso l'importanza delle modalità di espressione personale in tutte le loro diverse forme di manifestazione.

Capacità di apprendimento

Risultati di apprendimento attesi

Il CdLM per sua natura è particolarmente attento all'evoluzione delle conoscenze nelle varie aree di apprendimento e esplicitamente sottolinea lo stretto collegamento con l'attività di ricerca dei docenti. La scelta degli specifici insegnamenti all'interno delle diverse aree testimonia di per sé l'attenzione verso i temi di frontiera. Ci si aspetta che anche lo Studente colga questa tensione verso il continuo aggiornamento e di conseguenza acquisisca la sola risorsa veramente necessaria al riguardo ovvero una adeguata forma mentis.

Attività formative e strumenti didattici

I risultati di cui sopra derivano dalla presenza di contenuti innovativi e dal ricorso a forme di didattica che chiamano in causa lo Studente in un processo di co-produzione della conoscenza.

QUADRO A5.a

R&D

Caratteristiche della prova finale

La prova finale costituisce l'ultima attività formativa sostenuta dallo studente durante il proprio percorso di studi nel CdLM; essa è funzionale al consolidamento sia degli obiettivi formativi dell'area di apprendimento entro la quale si colloca l'argomento scelto dallo studente per la propria prova finale sia degli obiettivi formativi trasversali.

La prova finale consiste in un elaborato scritto, che approfondisce un tema a scelta in coerenza con i contenuti formativi del CdLM. Il tema e il titolo dell'elaborato dovranno essere selezionati in accordo con un docente del CdLM (relatore), sotto la cui guida il lavoro viene sviluppato.

La tesi è oggetto di esposizione e discussione orale, in una delle date appositamente stabilite dal calendario delle attività didattiche, dinanzi a una Commissione di Laurea, tra i cui componenti viene individuato un correlatore.

In accordo con il Relatore, la tesi potrà essere redatta e la discussione potrà svolgersi in lingua inglese.

La discussione della tesi può aver luogo solo dopo che lo studente avrà acquisito tutti gli altri 105 CFU previsti dal piano didattico del CdS.

Il punteggio di laurea, che va da un minimo di 66 a un massimo di 110 punti, viene determinato tenendo conto del punteggio di ammissione e del punteggio di valutazione della tesi; quest'ultimo è compreso fra un minimo di 0 e un massimo di 7 punti, a discrezione della Commissione di Laurea. Qualora il candidato ottenga il massimo punteggio, la Commissione può attribuire la lode, purché vi sia il parere unanime dei componenti.

Lo svolgimento della prova finale e la proclamazione del risultato sono pubblici.

Con il parere favorevole del Relatore, è data la possibilità di redigere e discutere l'elaborato in lingua inglese.

QUADRO A5.b

Modalità di svolgimento della prova finale

29/05/2019

La prova finale, se superata, attribuisce 15 CFU.

Essa consiste nell'elaborazione di un lavoro di tesi di almeno 80 cartelle, che approfondisce un tema a scelta relativo a uno degli insegnamenti previsti dal piano didattico dello studente.

La tesi di laurea è oggetto di esposizione e discussione orale, in una delle date appositamente stabilite dal calendario delle attività didattiche, dinanzi a una Commissione di Laurea di cinque membri, nominata ai sensi del Regolamento didattico di Ateneo.

Nella discussione, svolge le funzioni di Relatore il docente che ha guidato il lavoro preparatorio dello studente. La struttura didattica, con congruo anticipo rispetto alla data stabilita per la discussione, provvede alla nomina di un docente Correlatore della tesi.

La Commissione di Laurea ha competenza esclusiva nella determinazione del punteggio di tesi e del punteggio di laurea, oltre che nel conferimento del titolo di studio.

Il punteggio di laurea, che va da un minimo di 66 a un massimo di 110 punti, viene determinato tenendo conto:

- del punteggio di ammissione, inclusivo del conteggio delle lodi (0,5 punti per ogni lode);
- del punteggio di valutazione della tesi, compreso fra un minimo di 0 ad un massimo di 7 punti;
- di un bonus mobilità per il laureando che abbia aderito a progetti di mobilità internazionale per motivi di studio e per almeno tre mesi. Il bonus è rappresentato da un 1 punto se lo studente ha conseguito almeno 12 CFU all'estero, 2 punti se ha conseguito almeno 24 CFU all'estero.

Il punteggio di ammissione viene stabilito sulla base della media ponderata di tutte le prove di esame sostenute dallo studente che hanno dato luogo ad un voto espresso in trentesimi, con esclusione di quelle in eventuale sovrannumero rispetto al piano didattico. Qualora il laureando ottenga il massimo punteggio, la Commissione può attribuire la lode, purché vi sia il parere unanime dei componenti.

Lo svolgimento della prova finale e la proclamazione del risultato sono pubblici.

È possibile conseguire la laurea magistrale anche in un tempo inferiore a due anni.

**QUADRO B1****Descrizione del percorso di formazione (Regolamento Didattico del Corso)**

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Regolamento didattico - percorso di formazione

Link: <http://www.dea.univr.it/?ent=cs&id=383&tcs=MA>

QUADRO B2.a**Calendario del Corso di Studio e orario delle attività formative**

<http://www.dea.univr.it/?ent=ol&cs=383>

QUADRO B2.b**Calendario degli esami di profitto**

<http://www.dea.univr.it/?ent=ce&cs=383>

QUADRO B2.c**Calendario sessioni della Prova finale**

<http://www.dea.univr.it/?ent=cd&cs=383>

QUADRO B3**Docenti titolari di insegnamento**

Sono garantiti i collegamenti informatici alle pagine del portale di ateneo dedicate a queste informazioni.

N.	Settori	Anno di corso	Insegnamento	Cognome Nome	Ruolo	Crediti	Ore	Docente di riferimento per corso
1.	SECS-P/08	Anno di corso 1	CORPORATE COMMUNICATION link	CASTELLANI PAOLA CV	RU	9	36	

2.	SECS-P/08	Anno di corso 1	CORPORATE COMMUNICATION link			9	18
3.	IUS/04	Anno di corso 1	DIRITTO INDUSTRIALE E DELLA CONCORRENZA link			9	54
4.	SECS-P/01	Anno di corso 1	ECONOMIA COMPORTAMENTALE link	ZARRI LUCA CV	PO	6	36
5.	SECS-P/08	Anno di corso 1	MARKETING COMMUNICATIONS link	SIGNORI PAOLA CV	PA	9	54
6.	SECS-S/03	Anno di corso 1	STATISTICA AZIENDALE link	GROSSI LUIGI CV	PA	9	54
7.	SECS-P/12	Anno di corso 1	STORIA DEL COMMERCIO link	FERRARI MARIA LUISA CV	PA	6	36

QUADRO B4

Aule

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: aule

QUADRO B4

Laboratori e Aule Informatiche

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: laboratori e aule informatiche

QUADRO B4

Sale Studio

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: sale studio

QUADRO B4

Biblioteche

Pdf inserito: [visualizza](#)

01/06/2019

Counselling di orientamento universitario: servizio gratuito di ascolto, supporto e consulenza rivolto agli studenti delle scuole superiori che stanno scegliendo il corso di studio e a tutti coloro che intendono iniziare, riprendere o ripensare la scelta universitaria. Un momento di confronto pensato per aiutare lo studente nella scelta del corso di studio, far riflettere su interessi personali, motivazione allo studio e obiettivi professionali. Il servizio viene erogato attraverso uno o più colloqui individuali condotti da esperti di orientamento.

Incontri di orientamento: attività di orientamento gratuita che si svolge presso le scuole oppure presso le strutture dell'Ateneo e rivolta alle classi IV e V. Ha l'obiettivo di favorire la conoscenza del sistema universitario, dell'offerta formativa dell'Ateneo di Verona e dei suoi servizi, oltre a fornire un supporto agli studenti nella scelta del corso di studi. Nell'ambito dell'incontro è previsto anche l'allestimento di uno sportello di orientamento rivolto a singoli studenti e condotto da tutor universitari per l'approfondimento delle diverse Aree di studio.

Open day famiglie: eventi dedicati alle famiglie, con l'obiettivo di far conoscere la realtà universitaria, l'offerta formativa e i servizi dedicati agli studenti e riflettere insieme su come accompagnare le scelte di studio dei propri figli.

Open week: settimane dedicate all'informazione sull'offerta formativa dell'Università di Verona, durante le quali gli studenti potranno partecipare alle presentazioni dei diversi corsi di studio, porre domande direttamente ai docenti e visitare le strutture dell'Ateneo.

Progetto Tandem: iniziativa che offre agli studenti delle classi III, IV e V la possibilità di frequentare gratuitamente, all'Università, corsi tenuti da docenti universitari. Consente loro non solo di sperimentare momenti significativi di vita universitaria, ma anche di misurarsi in un diverso contesto che li aiuterà a comprendere le metodologie e gli aspetti fondamentali di una specifica disciplina, affinché possano affrontare gli studi universitari con un bagaglio culturale adeguato e compatibile con i requisiti di accesso specificati per ogni corso, di apprendere il giusto metodo di studio e di operare scelte consapevoli. <http://tandem.univr.it>

Servizio Accoglienza Studenti: ha lo scopo di dare accoglienza e supporto a coloro che si avvicinano per la prima volta al mondo universitario e alle neomatricole; l'attività si svolge nel Chiostro di Via San Francesco, 22 dove vengono allestiti stand presidiati da tutor laureati, a disposizione per fornire informazioni relative ai corsi di studio, alle scadenze e alle procedure di immatricolazione ai corsi UniVR.

Corsi di preparazione ai test di ammissione: per prepararsi al meglio al superamento dei test d'ingresso; organizzati nei mesi estivi, hanno la durata di una settimana circa e sono rivolti a tutti gli studenti che dovranno affrontare un test di ammissione (sono previsti: posti limitati, iscrizione obbligatoria e contributo di partecipazione).

Simulazioni dei test di ammissione: occasione non solo per testare la propria preparazione, ma anche e soprattutto per familiarizzare con le procedure amministrative che lo studente dovrà svolgere durante il vero test d'ingresso.(sono previsti: posti limitati iscrizione obbligatoria e partecipazione gratuita).

Lezioni aperte: iniziativa pensata per aiutare gli studenti a scegliere con più consapevolezza il proprio percorso di studi. Gli studenti del IV e V anno delle Scuole Superiori possono iscriversi individualmente per assistere ad una lezione, condividendo alcune ore in aula con studenti universitari (sono previsti: posti limitati iscrizione obbligatoria e partecipazione gratuita).

Visite guidate: organizzate nel periodo estivo, hanno lo scopo di fornire una panoramica delle strutture dell'Ateneo in particolare sull'ubicazione degli uffici di maggior interesse degli studenti (segreterie, diritto allo studio, biblioteche, mense)

Numero Unico Immatricolazioni: attivo nel periodo estivo, fornisce informazioni e chiarimenti sulle procedure di immatricolazione e iscrizione alle prove di ammissione

Alternanza scuola-lavoro: modalità didattica innovativa che, attraverso l'esperienza pratica, aiuta gli studenti della scuola superiore a consolidare le conoscenze teoriche acquisite testandole sul campo. Nell'ottica di arricchire la formazione e di orientare meglio gli studi, le strutture e dipartimenti dell'Ateneo sono disponibili ad accogliere studenti per sviluppare percorsi da progettare con le scuole di provenienza in relazione alle specifiche esigenze formative.

Supporto informativo online e allo sportello: tutti i giorni dalle 9 alle 13, studenti senior sono a disposizione delle future matricole per info sui corsi, servizi ed iniziative pensate per loro. È attivo anche un servizio di posta dedicato servizio.orientamento@ateneo.univr.it.

Descrizione link: Orientamento in ingresso - pagina web Univr

Link inserito: <http://www.univr.it/orientamento>

QUADRO B5

Orientamento e tutorato in itinere

Counselling a supporto degli Studenti iscritti: l'Università di Verona offre a tutti gli studenti l'opportunità di fruire gratuitamente di consulenza individuale attraverso uno o più colloqui individuali condotti da esperti di orientamento. Si tratta di un momento di confronto pensato per indurre lo studente a riflettere sul percorso di studio intrapreso e gestire al meglio le difficoltà incontrate nel corso dell'esperienza universitaria.

01/06/2019

Durante il corso dell'anno accademico si tengono seminari tematici sulla gestione dell'ansia da esame e il metodo di studio.

QUADRO B5

Assistenza per lo svolgimento di periodi di formazione all'esterno (tirocini e stage)

È possibile effettuare stage curriculari in Italia e all'estero anche con specifici finanziamenti e borse di studio a sostegno delle spese di mobilità. Sono a disposizione degli Studenti i contatti con più di 12000 imprese ed enti accreditati.

01/06/2019

Descrizione link: Assistenza per lo svolgimento di periodi di formazione all'esterno (tirocini e stage) - pagina web Univr

Link inserito: <https://www.univr.it/it/i-nostri-servizi/stage-e-tirocini>

QUADRO B5

Assistenza e accordi per la mobilità internazionale degli studenti

In questo campo devono essere inserite tutte le convenzioni per la mobilità internazionale degli studenti attivate con Atenei stranieri, con l'eccezione delle convenzioni che regolamentano la struttura di corsi interateneo; queste ultime devono invece essere inserite nel campo apposito "Corsi interateneo".

Per ciascun Ateneo straniero convenzionato, occorre inserire la convenzione che regola, fra le altre cose, la mobilità degli studenti, e indicare se per gli studenti che seguono il relativo percorso di mobilità sia previsto il rilascio di un titolo doppio o multiplo. In caso non sia previsto il rilascio di un titolo doppio o multiplo con l'Ateneo straniero (per esempio, nel caso di convenzioni per la mobilità Erasmus) come titolo occorre indicare "Solo italiano" per segnalare che gli studenti che seguono il percorso di mobilità conseguiranno solo il normale titolo rilasciato dall'ateneo di origine.

I corsi di studio che rilasciano un titolo doppio o multiplo con un Ateneo straniero risultano essere internazionali ai sensi del DM 1059/13.

Gli studenti iscritti a Corsi di studio dell'ateneo possono partecipare a programmi di scambio internazionale promossi nel corso dell'anno attraverso specifici bandi:

Erasmus+ studio: assegnazione di borse di mobilità per studio Erasmus+ (Student Mobility for studies)

Erasmus+ tirocinio: assegnazione di borse di mobilità studentesca Erasmus+ per tirocinio formativo (SMT Study Mobility for traineeships)

Worldwide study: borse di mobilità internazionale (Argentina, Australia, Brasile, Canada, Cina, Colombia, Corea del Sud, Giappone, Messico, Russia, Stati Uniti, Taiwan)

Short term mobility: contributi per mobilità studentesca internazionale di breve durata per studenti iscritti a corsi di Laurea Magistrale e di Laurea Magistrale a ciclo unico.

UniVerona cooperazione: iniziative di mobilità studentesca internazionale extraeuropea verso destinazioni a risorse limitate in Africa, India, America Latina e Albania.

Link inserito: <https://www.univr.it/it/international>

Nessun Ateneo

QUADRO B5

Accompagnamento al lavoro

Servizi per Studenti e per laureati volti ad agevolarne la realizzazione professionale: stage extracurricolari in Italia e all'estero;^{01/06/2019} annunci di lavoro pubblicati dalle aziende interessate ai giovani formati dall'Ateneo di Verona; incontri con aziende, enti, professionisti per favorire la conoscenza del mondo del lavoro e delle opportunità presenti; iniziative di orientamento al lavoro per favorire la riflessione sulle proprie attitudini e sui propri interessi di lavoro, la messa a fuoco di obiettivi, la definizione di un piano di azione per raggiungerli, lo sviluppo di competenze utili all'inserimento lavorativo.

Descrizione link: Accompagnamento al lavoro - pagina web Univr

Link inserito: <https://www.univr.it/it/i-nostri-servizi/job-placement>

29/05/2019

Diritto allo studio: promuove la possibilità di proseguire gli studi fino ai livelli universitari più alti, anche alle studentesse e agli studenti che hanno una condizione economica svantaggiata, arrivando a garantire, a chi risulta idoneo ai benefici, un sostegno economico per affrontare le spese di un percorso di studio. I benefici erogati riguardano: la riduzione di tasse e contributi sulla base delle condizioni economiche del nucleo familiare, della tipologia di corso di studio frequentato, del numero di CFU conseguiti, dell'iscrizione in corso/fuori corso degli studenti; le borse per il diritto allo studio, contributo in denaro ed in servizi gestito dall'Ateneo, assegnate per concorso, che hanno l'obiettivo di contribuire ai costi di mantenimento sostenuti dagli studenti; le collaborazioni studentesche a tempo parziale, attività retribuita resa dagli studenti utilmente collocati nell'apposita graduatoria, a supporto dei servizi erogati dall'Ateneo; gli incentivi agli studenti meritevoli sulla base del voto di maturità e per i laureati nei termini; i premi di studio, elargizioni istituite con fondi provenienti da Enti e da privati (banditi dall'Ateneo veronese, da altre Università o da Enti esterni).

ESU card (alloggi, mensa e trasporti): 423 Posti letto in 8 strutture dotate di ogni comfort, 7 Strutture ristorative 4 a Verona, 1 a Legnago e 2 a Vicenza, 7 sale studio, 180 posti a sedere e dotate di wi-fi, 1 ESUCARD indispensabile per accedere a tutti i servizi e agevolazioni sul trasporto pubblico.

Inclusione e accessibilità: Attraverso il Servizio Inclusione e Accessibilità, l'Università di Verona promuove la qualità della vita universitaria, l'inclusione e l'accessibilità delle studentesse e degli studenti con disabilità e disturbi specifici dell'apprendimento (DSA), al fine di garantire il diritto allo studio e all'inclusione a tutti gli studenti iscritti, ai sensi delle leggi 104/1992, 17/1999 e 170/2010.

Corsi estivi a Canazei: corsi intensivi estivi che si svolgono nella sede di Alba di Canazei.

Tempo parziale: gli studenti che, per impegni lavorativi o familiari o per motivi di salute, ritengano di poter dedicare allo studio solo una parte del loro tempo, possono scegliere, se il proprio corso di studio lo prevede, l'iscrizione part-time (o "a tempo parziale"). L'opzione formulata per la scelta del regime di part-time non modifica la "durata normale del corso" per il riscatto degli anni ai fini pensionistici. Sui certificati verrà, quindi, indicata "durata normale del corso", valida ai fini giuridici e "durata concordata del corso", che riguarda l'organizzazione didattica del corso stesso. Il regime a part-time per lo studente regola esclusivamente la durata della carriera universitaria e i relativi oneri economici e permette allo studente di conseguire il titolo, senza incorrere nella condizione di fuori corso, per il doppio della durata normale del corso stesso.

Centro Linguistico di Ateneo - CLA: servizio interno all'Università di Verona che offre gratuitamente corsi ed esercitazioni di lingua con docenti madrelingua per tutti i livelli di competenza linguistica (da A1 a C2) delle cinque lingue previste nei corsi di studio dell'ateneo: francese, inglese, russo, spagnolo e tedesco. Vengono offerti anche corsi di italiano L2 per studenti stranieri.

Assistenza sanitaria: gli studenti fuori sede possono attivare la copertura di un medico di base, che sostituisce temporaneamente quello del luogo di residenza. La copertura può essere attivata per un minimo di tre mesi fino ad un anno, con possibilità di rinnovo.

Biblioteche: Il Sistema Bibliotecario di Ateneo è l'insieme coordinato della Biblioteca centrale Arturo Frinzi, della Biblioteca centrale Egidio Meneghetti e delle Biblioteche specialistiche, il cui patrimonio documentale cartaceo è registrato nel catalogo collettivo di Ateneo e consultabile anche dal portale di ricerca Universe. Le risorse elettroniche in abbonamento o acquisite in perpetuo sono accessibili da Universe, dall'elenco delle banche dati e dalla lista alfabetica degli e-journals e degli e-book. Ma le Biblioteche non sono solo libri: organizzano corsi di formazione, offrono sale per lo studio e la consultazione e sono aperte 7 giorni su 7, anche la sera. Vuoi sapere di più: visita la pagina www.univr.it/it/biblioteche

Corsi singoli: lo studente ha la possibilità di frequentare singoli insegnamenti dei vari corsi di laurea e di sostenere i relativi esami. È possibile iscriversi per un massimo di tre insegnamenti per anno accademico e con un limite di 30 crediti formativi universitari.

Sport: Proposte di attività motoria e sportiva per la promozione del benessere all'Università di Verona.

Le iniziative Univrs Sport, pensate per studentesse, studenti, personale dell'Ateneo e cittadini tutti, sono occasione per la partec

regolare di esercizio fisico. Le proposte di attività motorie e sportive, realizzate attraverso la collaborazione tra l'area Scienze Motorie e il CUS Verona, con il supporto del Comitato Unico di Garanzia e di enti pubblici presenti sul territorio, hanno come finalità l'educazione alla salute e al benessere attraverso il movimento.

Associazioni studentesche: sono costituite da un gruppo di studenti che si dota di uno Statuto regolarmente registrato presso gli uffici competenti dell'Ateneo. Si tratta di strutture che svolgono un importante ruolo di aggregazione e di coinvolgimento degli studenti nella vita universitaria e nelle attività dei singoli Dipartimenti. Sono una parte importante della vita studentesca, non si occupano solo di studio ma anche di rappresentanza, creazione di progetti sociali, culturali, sportivi e di divertimento. Svolgono un importante ruolo di aggregazione e di coinvolgimento degli studenti nella vita universitaria e nelle attività dei singoli Dipartimenti e/o Centri. Sono uno strumento a disposizione di tutti, e nascono e vivono grazie alle esigenze e alle iniziative di tutti gli studenti che vi collaborano. L'Università di Verona promuove l'associazionismo studentesco, attraverso l'emanazione di appositi bandi di concorso, e supporta le attività organizzate direttamente dagli studenti, mettendo a loro disposizione spazi, fondi e mezzi di comunicazione dedicati.

Social media: L'università di Verona è presente con profili ufficiali sui principali social network: Facebook, Twitter, YouTube, Instagram, LinkedIn, Telegram, Flickr e Spotify.

Link inserito: <https://www.univr.it/it/i-nostri-servizi/futuri-studenti/diritto-allo-studio-futuri-studenti>

QUADRO B6

Opinioni studenti

Il documento allegato riporta i risultati derivanti dall'indagine sull'opinione degli Studenti in merito al CdS. L'indagine viene ^{01/06/2019} effettuata tramite la somministrazione di un questionario on-line per ogni insegnamento erogato durante l'anno accademico. Tutti gli studenti, sia frequentanti che non frequentanti, sono tenuti a compilare i questionari a partire dai 2/3 delle lezioni e comunque entro l'iscrizione all'esame. La rilevazione è uno strumento utile per fornire ai docenti un riscontro sulla soddisfazione degli studenti in riferimento all'attività didattica da loro erogata e per fornire alla comunità esterna un metro di giudizio sull'apprezzamento dell'offerta formativa dell'Ateneo di Verona. I risultati dell'indagine sono a disposizione dei docenti, discussi nei collegi didattici e analizzati dagli organi di ateneo. Essi sono inoltre resi pubblici sul sito web dell'Ateneo a livello di CdS e anche a livello di singolo insegnamento.

Pdf inserito: [visualizza](#)

QUADRO B7

Opinioni dei laureati

Il documento allegato riporta i risultati provenienti dalla rilevazione sull'efficacia complessiva del processo formativo percepita dai laureati. L'indagine sull'opinione dei laureati viene svolta dal Consorzio Interuniversitario AlmaLaurea tramite un questionario on-line che tutti gli studenti in procinto di laurearsi nell'Ateneo di Verona sono tenuti a compilare. ^{26/09/2018}

Pdf inserito: [visualizza](#)



QUADRO C1

Dati di ingresso, di percorso e di uscita

Il documento allegato riporta i dati statistici, che riguardano essenzialmente i dati di ingresso e di percorso degli studenti iscritti al CdS. 26/09/2018

Pdf inserito: [visualizza](#)

QUADRO C2

Efficacia Esterna

Il documento allegato riporta le informazioni riguardanti le statistiche di ingresso dei laureati nel mondo del lavoro raccolte dal Consorzio Interuniversitario AlmaLaurea tramite l'indagine sulla condizione occupazionale ad un anno dalla laurea e, per i Corsi di Laurea Magistrale e Laurea Magistrale a Ciclo unico, anche a tre anni. In particolare, vengono fornite informazioni riguardo la condizione occupazionale dei laureati, i tempi di ingresso nel mercato del lavoro, l'utilizzo e la richiesta della laurea nell'attuale lavoro, l'efficacia della laurea e la soddisfazione per l'attuale lavoro. 26/09/2018

Pdf inserito: [visualizza](#)

QUADRO C3

Opinioni enti e imprese con accordi di stage / tirocinio curriculare o extra-curriculare

Il documento allegato riporta le opinioni e i commenti di enti/aziende che hanno ospitato studenti del CdS per stage/tirocinio, relativamente a punti di forza e aree di miglioramento nella preparazione dello studente. Tali opinioni vengono tratte dal questionario on-line somministrato dall'Ateneo e compilato dai tutor aziendali al termine dello stage/tirocinio dello studente. 26/09/2018

Pdf inserito: [visualizza](#)



29/05/2019

La struttura organizzativa e le responsabilità a livello di Ateneo e nelle sue articolazioni interne sono stabilite dallo Statuto, dal Regolamento didattico di Ateneo, dal Regolamento quadro dei Dipartimenti e delle Scuole che individuano come Organi Centrali di Ateneo:

- Il Rettore: ha la rappresentanza legale dell'Ateneo e esercita funzioni di indirizzo, iniziativa e coordinamento delle attività scientifiche e didattiche. Il Rettore è, inoltre, responsabile del perseguimento delle finalità dell'Università secondo criteri di qualità e nel rispetto dei principi di efficacia, efficienza, trasparenza e promozione del merito;
- Il Senato Accademico: svolge in generale funzioni di proposta e consultive in materia didattica, di ricerca e di servizi agli studenti;
- Il Consiglio di Amministrazione: è l'organo di indirizzo strategico, di programmazione finanziaria e del personale, nonché di vigilanza sulla sostenibilità finanziaria delle attività; pertanto, è l'organo che approva i piani di sviluppo scientifici e didattici, garantisce la stabilità finanziaria e indirizza e verifica, rispetto agli obiettivi programmati, l'effettiva sussistenza delle risorse finanziarie, umane e materiali disponibili;
- Il Direttore Generale: è responsabile, sulla base degli indirizzi forniti dal Consiglio di Amministrazione, della complessiva gestione e organizzazione dei servizi e delle risorse strumentali e del personale tecnico amministrativo;
- Il Collegio dei Revisori dei Conti: è l'organo di controllo sulla gestione amministrativa, contabile, finanziaria e patrimoniale; verifica gli atti contabili dell'Ateneo, nonché i conti preventivi e consuntivi annuali e predispone la relazione accompagnatoria di sua competenza;
- Il Consiglio degli Studenti: svolge funzioni consultive nei confronti degli Organi di Governo dell'Ateneo, nonché funzioni propositive su materie riguardanti in modo esclusivo o prevalente l'interesse degli studenti.
- Il Nucleo di Valutazione: svolge, in piena autonomia e con modalità organizzative proprie, la funzione di verifica della qualità e dell'efficacia dell'offerta didattica e la funzione di verifica dell'attività di ricerca, delle attività gestionali e tecnico amministrative, nonché degli interventi di sostegno al diritto allo studio. Il Nucleo considera altresì i servizi resi a favore di soggetti esterni. Lo Statuto prevede, inoltre, tra gli altri organismi di Ateneo il Presidio della qualità con funzioni di promozione della cultura della qualità nell'Ateneo, di supporto agli organi di governo dell'Ateneo sulle tematiche dell'assicurazione della qualità (AQ), di monitoraggio dei processi di AQ, di promozione del miglioramento continuo della qualità e sostegno alle strutture dell'Ateneo nella gestione dei processi per l'AQ. Il Presidio della qualità è composto da personale docente (un componente per macroarea) e dal personale TA delle aree valutazione e qualità, ricerca, didattica e reporting.

Sono invece articolazioni interne dell'Ateneo:

- i Dipartimenti: promuovono e coordinano le attività di ricerca e di didattica. Ai dipartimenti afferiscono i collegi didattici;
- le Scuole: eventualmente costituite da più Dipartimenti con lo scopo di coordinare, razionalizzare, gestire più corsi di studio per la cui realizzazione è necessario l'impiego di docenti appartenenti a strutture dipartimentali diverse. Sono state costituite le Scuole di Economia e Management, di Scienze e ingegneria e la Scuola di Medicina e chirurgia; quest'ultima ha la finalità di realizzare la piena integrazione delle attività assistenziali, formative e di ricerca svolte dall'Università in collaborazione con il Servizio Sanitario Nazionale e Regionale, nonché ha funzioni di coordinamento e razionalizzazione dei corsi di studio dell'area sanitaria e delle scuole di specializzazione;
- i Collegi Didattici: organizzano le attività didattiche di un singolo corso o di più corsi di studio, anche di classi diverse purché omogenee dal punto di vista scientifico-culturale. All'interno di ogni corso di studio opera il gruppo/commissione/team di AQ, presieduta dal Referente del corso di studio, a cui partecipano anche degli studenti in maniera particolare per l'attività di riesame del CdS;
- ciascun dipartimento (o Scuola) costituisce una Commissione Paritetica docenti-studenti, un osservatorio permanente con funzioni di proposta, monitoraggio, controllo e vigilanza sulle attività didattiche che il Dipartimento o la Struttura è chiamata a gestire o coordinare.

Il supporto alla didattica viene assicurato da una apposita struttura amministrativa denominata Direzione Didattica e Servizi agli

Studenti dalla quale dipendono diverse Aree Didattiche che forniscono il servizio a livello decentrato.

Il Nucleo di Valutazione ed il Presidio della qualità sono supportati da una apposita area denominata Area Pianificazione e Controllo Direzionale.

Nell'ambito del sistema di assicurazione di Qualità di Ateneo, in coerenza con il modello di AQ, sono state definite attività di pianificazione delle diverse politiche di qualità dell'Ateneo. Per quanto riguarda la didattica si rinvia ai seguenti documenti: "Upload documenti di Ateneo".

Per la strutturazione dell'organizzazione della didattica della macroarea del presente CdS si veda l'organigramma allegato.

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Organigramma Macro Area Scienze Giuridiche ed Economiche

QUADRO D2

Organizzazione e responsabilità della AQ a livello del Corso di Studio

29/05/2019

In conformità al Modello di AQ di Ateneo, le azioni di ordinaria gestione e assicurazione della qualità del CdS sono svolte dal Gruppo di Assicurazione della Qualità (Gruppo AQ), che assume inoltre il compito di Gruppo del Riesame e, pertanto, cura la redazione della Scheda di Monitoraggio Annuale (SMA) secondo il modello predefinito da ANVUR e, ove necessario, del Rapporto di Riesame ciclico. Il Gruppo AQ è coordinato dal Referente del Corso che, secondo il Modello sopra citato, coincide con il Presidente del relativo Collegio didattico.

Il Gruppo AQ è così composto:

Referente: prof. Ivan Russo

Componenti: prof. Ivan Russo, prof. Giovanni Goldoni, prof. Paola Castellani, Andrea Mancarella.

Il Referente, che conosce in modo approfondito il corso e vi insegna con continuità, cura anzitutto la progettazione e l'autovalutazione del corso, con particolare riguardo alla definizione degli obiettivi formativi e dei contenuti relativi all'esperienza dello studente. A tal fine aggiorna ogni anno la scheda SUA-CdS in collaborazione con l'Unità operativa didattica di area economica.

Il Referente, in collaborazione con gli altri componenti del proprio Gruppo AQ, svolge un ruolo di monitoraggio continuo sul corso in ordine: (a) alla periodica revisione degli obiettivi formativi del corso e dei singoli insegnamenti, (b) alla verifica del raggiungimento degli obiettivi proposti, (c) al raccordo con i corsi omogenei dal punto di vista scientifico-culturale.

Il Referente, di norma entro la fine dell'a.a. di riferimento, relaziona sullo stato del CdS al Consiglio della Scuola di Economia e Management (nonché indirettamente al Presidio per l'Assicurazione della Qualità, atteso che un rappresentante dello stesso per l'area economico-giuridica siede nel Consiglio della Scuola come uditore), anche in vista dell'eventuale formulazione di proposte relative all'ordinamento, al regolamento e all'organizzazione complessiva del corso, affinché siano sottoposte, se necessario, al vaglio del Senato Accademico e all'approvazione del Consiglio di Amministrazione.

Inoltre, il Referente, sempre in collaborazione con il Gruppo AQ, esamina la Relazione della Commissione Paritetica e i risultati dell'opinione degli studenti sui singoli insegnamenti, raccogliendo ulteriori elementi di analisi per comprendere le ragioni di eventuali esiti negativi al fine di suggerire provvedimenti miranti a migliorare gli aspetti critici della fruizione del corso da parte degli studenti. Questi elementi di analisi possono includere una relazione del docente che spieghi le ragioni della insoddisfazione degli studenti e quali misure ritenga di mettere in atto in futuro per migliorare la valutazione della sua didattica.

Il Referente assicura infine la trasparenza e la correttezza delle informazioni fornite agli studenti all'interno delle pagine web del corso e dei singoli insegnamenti, curandone la tempestiva pubblicazione.

Il Referente e il Gruppo AQ sono pertanto da considerare come fondamentali soggetti di riferimento dell'intero sistema di AQ interno dell'Ateneo, rappresentato nel Modello di Assicurazione della Qualità sopra richiamato e nelle Linee guida a esso collegate (cfr. sezione Upload documenti di Ateneo della SUA-CdS).

Descrizione link: ulteriori indicazioni relative al funzionamento del modello di AQ di Ateneo

Link inserito: <https://www.univr.it/it/assicurazione-della-qualita>

QUADRO D3

Programmazione dei lavori e scadenze di attuazione delle iniziative

01/06/2019

Il Gruppo per l'assicurazione della qualità si riunisce in occasione delle principali scadenze legate ai processi di assicurazione della qualità, nonché ogni volta in cui vi sia necessità, anche a seguito di esigenze e segnalazioni pervenute dagli studenti.

Il gruppo si riunisce in occasione delle principali scadenze legate ai processi di assicurazione della qualità, nonché ogni volta in cui vi sia necessità. In particolare, nel corso dell'anno accademico, il gruppo pianifica le seguenti attività:

- analisi e valutazione della documentazione relativa alla carriera degli studenti (riconoscimenti di titoli e attività formative, passaggi, trasferimenti e abbreviazioni di carriera, etc.): le pratiche vengono trasmesse dalla Segreteria didattica al gruppo AQ con congruo anticipo rispetto alla successiva riunione pianificata del Collegio didattico e ogni qual volta ve ne sia la necessità per motivi di urgenza;
- pianificazione e gestione delle attività didattiche: premesso che programmazione delle attività didattiche è attuata ad aprile di ogni anno, il gruppo si riunisce ogni qualvolta emerga la possibilità di migliorarne la programmazione e gestione.
- stesura della Scheda di Monitoraggio Annuale: il gruppo AQ si riunisce, fra giugno e settembre, per analizzare la documentazione utile alla stesura della SMA e per definire i contenuti della scheda stessa;
- compilazione della scheda SUA-CdS: il gruppo AQ si riunisce, fra gennaio e aprile e fra giugno e settembre, per analizzare in dettaglio la documentazione utile alla stesura della SUA-CdS e per apportare ogni necessario aggiornamento ai relativi quadri secondo le scadenze ministeriali.

Il coinvolgimento degli studenti nel processo di AQ avviene, oltre che nella Commissione Paritetica, anche con la presenza di un rappresentante degli studenti nel gruppo di gestione AQ del CdS nella fase di stesura della Scheda di Monitoraggio Annuale (come in precedenza avveniva per il Rapporto di Riesame annuale).

Infine, allo scopo di assicurare il costante dialogo con il territorio e con i soggetti economici che vi operano, vengono periodicamente formalizzati le informazioni utili al miglioramento della LM. Di ciascuna consultazione viene redatto verbale, che viene trasmesso all'attenzione del Presidente della Scuola di Economia e Management e del Direttore del Dipartimento e viene allegato all'apposito quadro della Scheda SUA-CdS.

Descrizione link: ulteriori indicazioni relative al funzionamento del modello di AQ di Ateneo

Link inserito: <https://www.univr.it/it/assicurazione-della-qualita>

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Calendario 2019 processi didattica

QUADRO D4

Riesame annuale

01/06/2019

Tra gli interventi realizzati a seguito dei riesami annuali si segnala la predisposizione di un Brief di sintesi recante gli interventi correttivi approvato con la scheda di monitoraggio annuale lo scorso novembre 2018; tali elementi di miglioramento sono stati condivisi con i docenti del corso con lo scopo di diffondere la conoscenza degli interventi da realizzare e di sensibilizzare i Docenti verso la loro implementazione.

Sul social network professionale LinkedIn è stato sviluppato ulteriormente il gruppo "Alumni Marketing e Comunicazione

d'Impresa Verona" rivolto a tutti gli Studenti già laureati presso il Corso. Il Gruppo conta attualmente quasi 300 iscritti, è attivo, e sta dicentando un potente strumento sia per la raccolta di informazioni sulle esigenze formative sia di creazione di una comunità tra i Laureati sia di agevolazione per la ricerca di stage e per il placement dei futuri Laureati. E' consultabile a questo link per identificare la"lineamento tra il percorso formativo e lo sbocco professionale <https://www.linkedin.com/groups/7440506/>
Tra gli interventi in corso di realizzazione si evidenziano la realizzazione di Seminari per l'acquisizione di skill pratiche nell'ambito del marketing e della comunicazione.

E' stato avviato da ottobre 2018 un percorso di divulgazione in aula delle opportunità dei percorsi di internazionalizzazione già al primo anno durante il Welcome Day.

Sono state elaborate e formalizzate delle linee-guida denominate "Professionalism with fun" di comportamento che sono state diffuse tra gli studenti in aula e nelle piattaforme e-learning.

Si sottolinea come l'attività di ascolto delle Parti Interessate e in particolare delle aziende del territorio prosegua senza soluzione di continuità, consentendo un monitoraggio costante, da un lato, delle attese e delle necessità del mondo del lavoro e, dall'altro, di valutazione ex post dell'adeguatezza degli Studenti usciti dal percorso formativo.

Pur non avendo il Rapporto di Riesame 2018 messo in evidenza criticità particolari, il monitoraggio del Corso da parte del Team è costante e orientato al continuo miglioramento di tutte le attività formative, organizzative e gestionali svolte.

QUADRO D5

Progettazione del CdS

QUADRO D6

Eventuali altri documenti ritenuti utili per motivare l'attivazione del Corso di Studio