UNIVERSITÀ DEGLI STUDI "G. D'ANNUNZIO" DI CHIETI - PESCARA
DIPARTIMENTO DI ECONOMIA AZIENDALE

REGOLAMENTO DIDATTICO DEL CORSO DI LAUREA MAGISTRALE IN

MARKETING DIGITALE

CLASSE LM-77 R - Classe delle lauree magistrali in Scienze Economico-Aziendali

Coorte 2025/2026

Art. 1
Oggetto e finalita' del Regolamento

1. Il presente regolamento disciplina gli aspetti organizzativi del Corso di Laurea Magistrale in MARKETING DIGITALE nel rispetto delle indicazioni riportate nel Regolamento Didattico di Ateneo.
2. Il Corso di Laurea Magistrale rientra nella Classe delle lauree magistrali in Scienze Economico-Aziendali (LM-77 R) come definita dal D.M. Università e Ricerca n.1649 del 19 dicembre 2023.
3. Il presente regolamento risultato approvato nelle seguenti sedute:
    i. Consiglio di Corso di Studio: 22/05/2025
    ii. Commissione Paritetica: 26/05/2025
    iii. Consiglio di Dipartimento: 29/05/2025

Art. 2
Profilo professionale e sbocchi occupazionali

Digital Marketing Manager

- **Funzione in un contesto di lavoro**

  Il Digital Marketing Manager e? un esperto di marketing strategico, con specifiche competenze sugli aspetti digitali. È in grado di distinguere gli approcci tradizionali da quelli digitali, di coordinare le attivita? di marketing online ed offline identificando i canali più appropriati fra tutti quelli disponibili, di definire, guidare e coordinare la pianificazione strategica di marketing digitale, di identificare le azioni piu? appropriate per il raggiungimento degli obiettivi prefissati rispettando i valori aziendali e la sostenibilita? dell'impresa, di valutare l'efficacia dei vari approcci applicando rigorose tecniche di misurazione. Il Digital Marketing Manager comprende inoltre le tematiche relative alla protezione dei dati e della privacy nell'implementazione di una strategia di marketing digitale. Il Digital Marketing Manager sovrintende lo sviluppo, la pianificazione e il monitoraggio delle campagne di marketing digitale, si occupa della strategia di comunicazione, nonche? della definizione e del rispetto del budget e dei KPI (key performance indicator). Il Digital Marketing Manager e? altresì in grado di coordinare e condurre analisi di comportamento del consumatore, analisi di segmentazione del mercato, analisi di posizionamento del

prodotto rispetto alla concorrenza, analisi di sentiment e di reputation del brand aziendale. Interagisce con altre figure coinvolte nell'elaborazione di scenari di mercato e di interpretazione di trend emergenti, utili a definire traiettorie di crescita e sviluppo del business aziendale.

- **Competenze associate alla funzione**

  IIl corso mira a formare figure in possesso di competenze economiche, aziendali e quantitative, e con una adeguata conoscenza dei processi e delle logiche sottostanti la pianificazione strategica di marketing, in modo da poter gestire tale funzione in imprese e organizzazioni operanti sia nel privato che nel pubblico. Competenze specifiche associate alla funzione: - conoscenza degli aspetti strategici del marketing e degli strumenti operativi da esso utilizzati - conoscenza e utilizzo dei canali, degli strumenti e delle strategie digitali che attengono all'advertising, al Digital PR, ai social media, al CRM (Customer Relationship Management); - controllo dei risultati attraverso KPI e analisi dei dati con tecniche e metodologie statistiche; - interpretazione dei dati provenienti dalle analisi di settore e dal monitoraggio degli indicatori di performance, dei trend di mercato, degli insight derivanti dall'attivita? digitale - utilizzo di tecniche e metodologie quantitative a supporto di analisi e valutazioni inerenti il marketing, quali la segmentazione ed il posizionamento principalmente di prodotto e di brand; - competenze nella gestione integrata della comunicazione d'azienda online e offline.

- **Sbocchi occupazionali**

  Il Digital Marketing Manager e? una figura spendibile nelle aziende, nelle agenzie di comunicazione e Web Agency come dipendente interno o consulente esterno, ovvero esercitabile quale libera professione (freelance). La sua preparazione professionale gli consente altresi? di ricoprire ruoli da Digital Communication Manager, Digital Media Planner, Digital Strategist, Social Media Manager, Web Marketing Manager.

Il corso prepara alla professione di *(codifiche ISTAT)*

1. Specialisti delle pubbliche relazioni, dell'immagine e professioni assimilate - (2.5.1.6.0)
2. Analisti di mercato - (2.5.1.5.4)
3. Specialisti nella commercializzazione nel settore delle tecnologie dell’informazione e della comunicazione - (2.5.1.5.3)
4. Specialisti nella commercializzazione di beni e servizi (escluso il settore ICT) - (2.5.1.5.2)
5. Specialisti nell’acquisizione di beni e servizi - (2.5.1.5.1)
6. Specialisti della gestione e del controllo nelle imprese private - (2.5.1.2.0)

Art. 3
Obiettivi formativi specifici e competenze attese

Obiettivi formativi specifici del Corso

Gli obiettivi formativi del corso di laurea magistrale in Digital Marketing risultano caratterizzati da una offerta didattica multidisciplinare che mira a favorire la comprensione delle dinamiche e l'utilizzo degli strumenti necessari per operare opportunamente nell'ecosistema digitale, specificatamente nell'ambito del marketing. L'obiettivo principale e? quindi quello di formare figure manageriali dotate di una profonda conoscenza del mercato e delle caratteristiche peculiari delle attivita? e dei processi legati al marketing digitale. Per questa ragione, nel percorso formativo le discipline economiche, giuridiche e aziendali sono affiancate da quelle

matematico-statistiche e informatiche, in modo da fornire allo studente una visione integrata delle suddette aree.
Ne consegue che gli insegnamenti del corso di studio in Digital Marketing , oltre che fornire solide basi teoriche di tipo manageriale, le affinano ulteriormente attraverso l'integrazione nel programma di case study e best practice necessarie per padroneggiare efficacemente le opportunita? offerte dal marketing digitale. Gli insegnamenti del corso saranno attenti alle tendenze attuali e a tutti quegli approfondimenti innovativi necessari a rafforzare le soft e hard skill degli studenti. Il fine e? quello di permettere ai neolaureati di intraprendere la loro attivita? lavorativa in sintonia con le richieste di un mercato che si muove in uno spazio non piu? solo fisico ma digitale.
Le attivita? formative del corso di studi sono riconducibili alle seguenti aree di apprendimento:
-area economica;
-area aziendale;
-area quantitativo-informatica;
-area giuridica.
Le attivita? formative dell'area economica sono ricomprese nel SSD SECS-P/01 (Economia politica).
Esse includono le competenze di base di economia industriale riguardanti sia il funzionamento dei mercati (concorrenziali e non concorrenziali) digitali e di tipo tradizionale combinati all'uso di canali telematici di vendita, che la comprensione del comportamento strategico delle imprese operanti nell'ecosistema digitale.
Le attivita? formative dell'area aziendale sono ricomprese nei SSD SECS-P/07 (Economia aziendale), SECS-P/08 (Economia e gestione delle imprese) e SSD SECS-P/10 (Organizzazione Aziendale).
Esse sono finalizzate all'acquisizione delle conoscenze riguardo la comprensione delle dimensioni strategiche, organizzative e operative dei processi innovativi e di cambiamento, con particolare attenzione alle imprese che operano nell'ecosistema digitale, enfatizzando non solo i benefici ma anche le principali criticita?, con approfondimenti mirati riguardanti la pianificazione strategica di marketing nel contesto digitale, il governo di sistemi integrati di comunicazione digitale e il monitoraggio degli indicatori di performance.
Le attivita? formative dell'area quantitativo-informatica sono ricomprese nel SSD SECS-S/01 (Statistica) e nel SSD INF/01 (Informatica).
Esse forniscono le basi metodologiche e applicative per effettuare il trattamento di dati di mercato, al fine di operare analisi predittive e descrittive, presentare ed interpretare i risultati inerenti la reputazione del brand, e supportare i processi decisionali riguardanti le strategie di marketing da perseguire. Si forniscono inoltre competenze di base relativamente all'utilizzo delle diverse sorgenti di dati, con particolare riferimento all'utilizzo di specifici strumenti di data mining utili per chi opera nel contesto del marketing digitale.
Le attivita? formative dell'area giuridica sono ricomprese nel SSD IUS/05 (Diritto dell'economia).
Esse forniscono conoscenze e competenze giuridiche inerenti le nuove tecnologie e i processi di innovazione economica, completando la formazione prettamente economico/aziendale dello studente con la necessaria comprensione delle principali fonti normative relativamente alle tematiche in questione.
Il percorso formativo e orientato a mantenere una stretta connessione con il tessuto lavorativo. Lo studio, si completa quindi con uno stage o un tirocinio formativo obbligatorio e la prova finale. Lo stage e la prova finale offrono la possibilita? allo studente di approfondire nel mondo del lavoro le tematiche affrontate negli insegnamenti. La scelta strategica insita nel percorso formativo delineato e quella di coinvolgere intensamente lo studente nell'applicazione delle tecniche e tecnologie a casi reali. Si mira a favorire cosi un percorso di transizione Universita?-lavoro che si attua di fatto nel corso stesso del percorso formativo.
L' organizzazione del percorso formativo permette di raggiungere i seguenti principali obiettivi formativi:
1.fornire le competenze necessarie ad analizzare ed interpretare le dinamiche che governano i settori e i mercati digitali;
2.fornire gli strumenti per la comprensione delle strategie di marketing specifiche dell'economia digitale;
3.fornire metodi e strumenti utili per facilitare l'interazione e la collaborazione in gruppi interdisciplinari in cui si trovano ad operare gli esperti di marketing insieme ad altri attori come esperti in economia e management, data scientist ed esperti in specifici domini applicativi;
4.fornire conoscenze e tecniche per l'interpretazione dei dati provenienti dalle analisi di settore e dal monitoraggio degli indicatori di performance, dei trend di mercato, degli insight derivanti dall'attivita? digitale
5.fornire conoscenze per condurre analisi di sentiment e reputation sui brand, elaborare e condurre campagne di

advertising online, gestendo e coordinando sia l'aspetto creativo che tecnologico, operativo e di budget, per implementare la strategia di business
6.fornire le competenze tecnologiche, operative, economiche ed aziendali, in grado di pianificare e gestire le attivita? di vendita tramite strumenti digitali.

Conoscenza e comprensione, e Capacita' di applicare conoscenza e comprensione: Dettaglio

- **Area Quantitativo-Informatica**
  - **Conoscenza e comprensione**

    Il laureato magistrale in Digital Marketing deve saper applicare tecniche statistiche ed utilizzare specifici programmi applicativi per effettuare analisi predittive e descrittive e presentare e interpretare opportunamente i relativi risultati. Deve, inoltre, possedere un adeguato bagaglio di conoscenze informatiche che gli permettano di comprendere le peculiarità delle diverse sorgenti di dati, dei loro diversi formati e delle tecniche di estrazione di conoscenza.

  - **Capacita' di applicare conoscenza e comprensione**

    La formazione di area quantitativo-informatica mira a trasferire al laureato la capacita? di:
    - applicare gli strumenti concettuali e analitici tipici delle discipline statistico-matematiche, adattandoli ai vari contesti, con particolare riferimento alla pianificazione e implementazione di strategie di marketing;
    - utilizzare avanzate tecniche metodologie statistiche per organizzare i dati provenienti dalle analisi di settore e dal monitoraggio degli indicatori di performance, dei trend di mercato, degli insight derivanti dall'attività digitale;
    - utilizzare opportunamente sistemi di visualizzazione dati in modo da facilitare la lettura e la comunicazione dei risultati delle analisi verso tutti gli attori interessati.
    - utilizzare tecniche informatiche per gestire l'accesso a diverse sorgenti di dati
    - utilizzare strumenti informatici legati alla manipolazione dei dati, considerando le fasi di estrazione dati, pre-elaborazione e pulizia dei dati, data mining, validazione e presentazione dei risultati.

  - Le conoscenze e capacità sono conseguite e verificate nelle seguenti attività formative:
  - AI FOR BUSINESS AND RESEARCH
    APPLIED DATA ANALYTICS
    MARKETING STATISTICS AND METRICS

- **Area giuridica**
  - **Conoscenza e comprensione**

    Il laureato magistrale in Digital Marketing deve possedere un adeguato bagaglio di conoscenze giuridiche utili per operare nell 'ecosistema digitale.

  - **Capacita' di applicare conoscenza e comprensione**

    La formazione di area giuridica mira a trasferire al laureato la capacita? di:
    - utilizzare gli strumenti concettuali e analitici tipici delle discipline giuridiche per interpretare,

valutare le implicazioni derivanti dall'operare nell'ecosistema digitale
- interpretare da un punto di vista normativo le questioni riguardanti l'accesso e l'utilizzo a diverse fonti dati con particolare riferimento alle informazioni classificate come sensibili.

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

- DIGITAL GOVERNANCE AND SECURITY

- **Area Economica**

  - **Conoscenza e comprensione**

    Il laureato magistrale in Digital Marketing deve possedere un adeguato bagaglio di conoscenze economiche che gli permettano di analizzare e comprendere le dinamiche e il comportamento dei diversi attori operanti nell'ecosistema digitale, sia a livello micro che macro. Il laureato dovrà inoltre essere in grado di comprendere il funzionamento dei mercati (concorrenziali e non concorrenziali) digitali e di tipo tradizionale combinati alla vendita per via telematica.

  - **Capacita' di applicare conoscenza e comprensione**

    La formazione di area economica mira a trasferire al laureato la capacita? di:
    - affrontare in maniera critica problematiche di tipo micro (economico-aziendale) sia a livello teorico sia a livello applicato, con particolare riferimento all'economia digitale;
    - interpretare i principali fenomeni economici utilizzando in maniera opportuna la crescente quantità di informazioni attualmente disponibile grazie al continuo processo di digitalizzazione;
    - analizzare i settori e i mercati digitali comprendendo in maniera appropriata le dinamiche competitive e concorrenziali specifiche di alcuni settori.

  - Le conoscenze e capacità sono conseguite e verificate nelle seguenti attività formative:
  - ECONOMICS OF DIGITAL GOODS AND ON-LINE MARKETS
    ECONOMICS OF STRATEGIC COMPETITION

- **Area aziendale**

  - **Conoscenza e comprensione**

    Il laureato magistrale in Digital Marketing deve possedere un adeguato bagaglio di conoscenze aziendali che gli permettano di analizzare e comprendere i processi di innovazione e cambiamento derivanti dalle tecnologie digitali con particolare riferimento al comportamento del consumatore, alle strategie di Marketing, al governo dei sistemi integrati di comunicazione digitale e alle logiche di performance management.

  - **Capacita' di applicare conoscenza e comprensione**

    La formazione di area aziendale mira a trasferire al laureato la capacita? di:
    - comprendere logiche, tecniche e modalità di utilizzo di strumenti digitali (tra cui piattaforme e social media) per supportare l'analisi e la pianificazione strategica di marketing.
    - applicare gli strumenti concettuali e analitici delle discipline aziendali per implementare strategie

di marketing specifiche dell'economia digitale

- Le conoscenze e capacità sono conseguite e verificate nelle seguenti attività formative:
- BUSINESS AND SOCIAL MEDIA STRATEGIES
  CREATIVITA', INNOVAZIONE E CONTENT MANAGEMENT
  DIGITAL CONSUMER BEHAVIOUR
  DIGITAL INNOVATION
  DIGITAL MARKETING PRINCIPLES
  PERFORMANCE MANAGEMENT

Autonomia di giudizio Abilita' comunicative Capacita' di apprendimento

- **Autonomia di giudizio**

  Il laureato magistrale avra? acquisito la capacita di integrare conoscenze, gestire la complessita? e formulare giudizi anche in presenza di informazioni parziali, includendo inoltre riflessioni in merito alle responsabilita? sociali ed etiche collegate all'applicazione delle competenze economico-manageriali; in particolare sara? in grado di integrare i punti di vista delle diverse tematiche legate al marketing digitale.
  Questo risultato puo? essere raggiunto e verificato attraverso:
  - la discussione in aula, nei gruppi di lavoro con docenti e studenti;
  - la partecipazione a seminari sui valori imprenditoriali e il comportamento manageriale;
  - il contributo personale apportato nelle verifiche del profitto;
  - il contributo critico dimostrato nella stesura della tesi di laurea.

- **Abilita' comunicative**

  Il laureato magistrale sara? in grado di comunicare problemi, idee e soluzioni relativi al contesto in cui opera in modo chiaro, corretto ed esauriente, sara? in grado di esprimersi in modo efficace rispetto ad un pubblico non specializzato di utenti e committenti e sara? in grado di dialogare con esperti in maniera appropriata. In particolare, il laureato magistrale in Digital Marketing acquisira? l'abilita di comunicare strategie e piani di marketing a differenti interlocutori, nonche? di interagire con attori appartenenti a diverse funzioni aziendali.
  Questo risultato sara? raggiunto e verificato attraverso la discussione di casi e la presentazione dei risultati in aula e/o nei lavori di gruppo, la presentazione in sede di accertamento delle conoscenze e attraverso eventuali periodi di studio all'estero. La stesura della tesi di laurea offre inoltre un'ulteriore opportunita? di approfondimento e di verifica delle abilità comunicative sviluppate.

- **Capacita' di apprendimento**

  Il laureato magistrale avra? acquisito capacità di apprendimento che gli permetteranno di essere autonomo nell'approfondire e sviluppare proattivamente le proprie conoscenze e competenze relative alle principali tecniche, funzioni e ruoli inerenti al contesto del marketing digitale. Tale capacità sara? acquisita attraverso la partecipazione all'attivita? didattica d'aula, in forma tradizionale e/o interattiva, lo studio individuale ed in particolare modo il lavoro di ricerca svolto per la stesura della tesi di laurea. La verifica dell'acquisizione della capacità di apprendimento è effettuata valutando la qualita? dei lavori individuali o di gruppo assegnati e valutando la qualita? della tesi di laurea.

Art. 4
Conoscenze richieste per l'accesso e modalita' di ammissione

Conoscenze richieste per l'accesso

Le conoscenze richieste per essere ammessi al corso di laurea magistrale in Digital Marketing riguardano i seguenti tre ambiti:

1.Requisiti curriculari minimi
2.Adeguata preparazione personale
3.Adeguata conoscenza della lingua inglese

1.Requisiti curriculari minimi.
Ai fini dell'accesso al corso di laurea é necessario aver conseguito una laurea di primo livello o titolo straniero riconosciuto idoneo.
Possono iscriversi al Corso di laurea magistrale in Digital Marketing:
- i titolari di una di laurea di primo livello in una delle seguenti classi (ex DM 270/04 o equivalenti sulla base del vecchio ordinamento o di un titolo equipollente acquisito presso una Universita? straniera):

L-15-Lauree in Scienze del Turismo
L-16-Lauree in Scienze dell'Amministrazione e dell'Organizzazione
L-18-Lauree in Scienze dell'Economia e della Gestione Aziendale
L-20-Lauree in Scienze della Comunicazione
L-33-Lauree in Scienze Economiche

Si ritiene importante ricomprendere tra le classi di laurea che danno accesso diretto al CdS in Digital Marketing la classe di laurea L-20. Tale esigenza si basa sui seguenti fattori:
- L'interesse manifestato dagli studenti che ritengono coerenti le conoscenze delle tecniche comunicative acquisite nella L-20 con quelle del marketing trattate dal CdS. Il mondo del marketing, in particolare il marketing digitale, non può prescindere da un'approfondita conoscenza dei meccanismi comunicativi che gli studenti laureati nella classe L-20 posseggono, come dimostra la parte tabellare del declaratoria della classe in parola che ricomprende tra le attività caratterizzanti svariati SSD appartenenti all'ambito economico-aziendale.

- i titolari di una di laurea di secondo livello in una delle seguenti classi: Cl. 64S e Cl. 84S ex DM509/99, LM-56 e LM-77 ex DM270/04 o di un titolo equipollente acquisito presso una Universita? straniera;
- i titolari di una di laurea quadriennale del vecchio ordinamento (pre DM509/99) in Economia, conseguita in una Universita? italiana o di un titolo equipollente acquisito presso una Universita? straniera;
- i titolari di una di laurea diversa da quelle di cui ai punti precedenti purché in possesso di almeno 48 cfu così distribuiti:
Area aziendale: 24 CFU (SECS-P/07, SECS-P/08, SECS-P/09 SECS P/10, SECS P/11)
Area economica: 12 CFU (SECS-P/01, SECS-P/02, SECS-P/03, SECS-P/05, SECS-P/06)
Area quantitativo-informatica: 12 CFU (da SECS-S/01, a SECS-S/06, da MAT/01 a MAT/09, INF/01 e ING-INF/05)

2.Adeguata preparazione personale.

La preparazione personale viene considerata adeguata se basata su conoscenze di base nelle seguenti aree di apprendimento:

- Area Aziendale

- Area Quantitativa

Verifica della Preparazione Personale

La verifica dell'adeguata preparazione personale avviene attraverso colloqui preliminari all'iscrizione.

Esenzioni dai Colloqui

Gli studenti possono essere esentati dai colloqui se soddisfano le seguenti condizioni:

Area Aziendale:

- Aver acquisito almeno 6 CFU in insegnamenti di Economia Aziendale, Marketing, Economia e Gestione delle Imprese o equivalenti nel proprio percorso triennale.

- Aver ottenuto una votazione non inferiore a 21/30 in tali insegnamenti.

Area Quantitativa:

- Aver acquisito almeno 6 CFU in insegnamenti di Matematica, Statistica o equivalenti nel proprio percorso triennale.

- Aver ottenuto una votazione non inferiore a 21/30 in tali insegnamenti.

- In alternativa, aver ottenuto l'idoneità in abilità informatica per almeno 5 CFU nel proprio percorso triennale.

3. **Adeguata conoscenza della lingua inglese.**

L'adeguata conoscenza della lingua inglese viene verificata attraverso un colloquio prima dell'iscrizione.

Esenzione dal colloquio

Gli studenti possono essere esentati dal colloquio se soddisfano la seguente condizione:

- aver acquisito almeno 6 CFU di lingua inglese nel proprio percorso triennale di provenienza ovvero possedere una certificazione di livello pari ad almeno B2 in lingua inglese.

Queste condizioni devono essere opportunamente documentate dallo studente.

Le date dei colloqui, i docenti ed i materiali utili per la preparazione saranno resi disponibili sul sito del CdS.

Modalità di ammissione

Le domande di immatricolazione al cds in Digital Marketing dovranno essere inviate per via telematica e saranno esaminate dalla Commissione di Pre-valutazione nominata dal Dipartimento di Economia Aziendale che valuta le singole carriere degli studenti (se necessario, anche attraverso un'analisi dei programmi di insegnamento) al fine di verificare il possesso dei requisiti curriculari, dei requisiti di adeguata preparazione personale e del requisito di adeguata conoscenza della lingua inglese. Si precisa che la verifica dell'adeguatezza della preparazione personale

è obbligatoria in ogni caso e possono accedervi solo gli studenti in possesso dei requisiti curriculari; in particolare, il possesso dei requisiti curriculari non può essere considerato come assolvimento della verifica della personale preparazione. Si tratta di valutazioni distinte.

Gli studenti iscritti in corsi di laurea diversi da quelli indicati nel punto precedente (requisiti curriculari minimi) o che abbiano già concluso il loro percorso triennale che intendano iscriversi al CdS in Digital Marketing ma che non sono in possesso di tutti i 48 cfu indicati in precedenza (24 cfu per l'area Area aziendale, 12 Cfu per l'area economica e 12 Cfu per l'area quantitativa) prima di presentare domanda di immatricolazione al cds in Digital Marketing, per colmare i debiti possono iscriversi all'Università di provenienza o presso l'Università D'Annunzio per sostenere esami singoli, conformemente a quanto previsto nei rispettivi regolamenti didattici. Non è possibile iscriversi con debiti formativi.

.

Art. 5
Offerta didattica programmata coorte

Di seguito è riportato il quadro generale delle attività formative con l'identificazione del numero e delle tipologie dei settori scientifico - disciplinari di riferimento e dei CFU attribuiti raggruppati per anno di corso.

Descrizione	Cfu	Tipologia	TAF	SSD	Ciclo
1 ANNO					
DIGITAL INNOVATION	9	Attività formativa monodisciplinare	B - Caratterizzante	SECS-P/10	Primo Quadrimestre
ECONOMICS OF STRATEGIC COMPETITION	9	Attività formativa monodisciplinare	B - Caratterizzante	SECS-P/01	Primo Quadrimestre
DIGITAL MARKETING PRINCIPLES	9	Attività formativa monodisciplinare	B - Caratterizzante	SECS-P/08	Secondo Quadrimestre
MARKETING STATISTICS AND METRICS	9	Attività formativa monodisciplinare	B - Caratterizzante	SECS-S/01	Secondo Quadrimestre
AI FOR BUSINESS AND RESEARCH	6	Attività formativa monodisciplinare	D - A scelta dello studente	SECS-P/10	Secondo Quadrimestre
DIGITAL CONSUMER BEHAVIOUR	6	Attività formativa monodisciplinare	B - Caratterizzante	SECS-P/08	Terzo Quadrimestre
APPLIED DATA ANALYTICS	9	Attività formativa monodisciplinare	C - Affine/Integrativa	ING-INF/05	Terzo Quadrimestre
CREATIVITA', INNOVAZIONE E CONTENT MANAGEMENT	6	Attività formativa monodisciplinare	D - A scelta dello studente	SPS/07	Terzo Quadrimestre
2 ANNO					
ECONOMICS OF DIGITAL GOODS AND ON-LINE	6	Attività formativa monodisciplinare	B - Caratterizzante	SECS-P/01	Primo Quadrimestre

MARKETS					
PERFORMANCE MANAGEMENT	**6**	**Attività formativa monodisciplinare**	**B - Caratterizzante**	**SECS-P/07**	**Primo Quadrimestre**
BUSINESS AND SOCIAL MEDIA STRATEGIES	**9**	**Attività formativa monodisciplinare**	**B - Caratterizzante**	**SECS-P/07**	**Secondo Quadrimestre**
DIGITAL GOVERNANCE AND SECURITY	**6**	**Attività formativa monodisciplinare**	**B - Caratterizzante**	**IUS/05**	**Secondo Quadrimestre**
ADVANCED ENGLISH	**6**	**Attività formativa monodisciplinare**	**C - Affine/Integrativa**	**L-LIN/12**	**Terzo Quadrimestre**
INSEGNAMENTO A SCELTA II ANNO	**6**	**Attività formativa monodisciplinare**	**D - A scelta dello studente**	**NN**	**Terzo Quadrimestre**
PROVA FINALE	**18**	**Attività formativa di sola Frequenza**	**E - Lingua/Prova Finale**	**PROFIN_S**	**Terzo Quadrimestre**
TIROCINI FORMATIVI	**6**	**Attività formativa monodisciplinare**	**F - Altro**	**NN**	**Terzo Quadrimestre**

Art. 6
Descrizione del percorso e metodi di accertamento

1.Il CdS magistrale in Digital Marketing si pone l'obiettivo di formare figure professionali dotate non solo di una solida conoscenza manageriale (in particolare di marketing) ma anche delle competenze tecniche per operare nel nuovo ambiente digitale.

2.Per ciascun insegnamento del corso di studi possono essere previste lezioni frontali, seminari, discussione di casi ed ogni altra attività ritenuta utile ai fini didattici.

3.Gli insegnamenti sono articolati in terms; al termine di ciascun term sono previsti periodi di esami che consentono allo studente di distribuire equamente i carichi di lavoro. Lo studente potrà acquisire i crediti a sua scelta (tipologia di CFU D) mediante il superamento di esami. A tal fine il Consiglio di Corso di Studio potrà indicare, anno per anno, un elenco di insegnamenti non prescrittivo che si ritengono particolarmente utili ai fini della preparazione dello studente, ferma restando comunque la possibilità per gli stessi di scegliere fra tutti gli altri insegnamenti attivati nell'Ateneo.

4.Il carico standard corrispondente a un credito è di sei ore dedicate a lezioni frontali o attività didattiche equivalenti (es. didattica a distanza tramite piattaforme digitali). Il periodo per lo svolgimento di lezioni, esercitazioni, seminari, attività di laboratorio e integrativa si svolge secondo il calendario annualmente fissato dal DEA, che tiene conto dell'articolazione degli insegnamenti in terms.

5.Per ciascuna attività formativa è previsto un accertamento conclusivo alla fine del periodo in cui si è svolta l'attività. Con il superamento dell'esame o della verifica, lo studente consegue i CFU attribuiti all'attività formativa in oggetto. Per le attività formative cui è affiancato un settore scientifico disciplinare (SSD), l'accertamento finale, oltre all'acquisizione dei relativi CFU, comporta l'attribuzione di un voto, espresso in trentesimi, che concorre a determinare il voto finale di laurea magistrale. La valutazione di insufficienza non è corredata da votazione.

6.Gli accertamenti finali possono consistere in: esame orale e/o scritto o relazione scritta e/o orale sull'attività svolta e/o test con domande a risposta libera o a scelta multipla e/o prova di laboratorio e/o esercitazione al computer. Le modalità dell'accertamento finale, che possono comprendere anche più di una tra le forme su indicate, e la possibilità di effettuare accertamenti parziali in itinere, sono indicate prima dell'inizio di ogni anno accademico dal docente responsabile dell'attività formativa. Contemporaneamente viene comunicato il programma dell'insegnamento. Le modalità con cui si svolge l'accertamento devono essere le stesse per tutti gli studenti. La valutazione attraverso l'esame finale può tenere conto di elementi derivanti da prove intermedie, esercitazioni e altre attività svolte dallo studente, mirate ad accertare la preparazione ed il possesso delle conoscenze e abilità che caratterizzano la materia di esame, ma il cui eventuale esito negativo non influisce sull'ammissione all'esame finale. Gli eventuali accertamenti in itinere non dovranno apportare turbative alla didattica degli altri insegnamenti e non potranno essere sostitutivi degli appelli finali.

7.Ove siano previste prove di esame integrate per più insegnamenti o moduli coordinati, i docenti titolari dei moduli coordinati partecipano collegialmente alla valutazione complessiva del profitto dello studente, che non può, comunque, essere frazionata in valutazioni separate su singoli moduli.

8.È assicurata la pubblicità delle prove d'esame ed è pubblica la comunicazione dell'esito finale della prova e la sua valutazione. Fermo restando il giudizio della Commissione, lo studente ha diritto di conoscere i criteri di valutazione che hanno portato all'esito della stessa. In caso di prova scritta, è consentito allo studente ritirarsi per tutta la durata della stessa; gli esiti vengono pubblicati nel rispetto delle norme sulla protezione dei dati personali, indicando il numero di matricola dello studente, che ha la possibilità di rifiutare esplicitamente il voto, nei tempi e con le modalità previsti dal docente; lo studente ha diritto di prendere visione della propria prova prima della verbalizzazione. In caso di esami finali orali, il Presidente della Commissione informa lo studente dell'esito della prova e della sua valutazione prima della proclamazione ufficiale del risultato; sino a tale proclamazione lo studente può ritirarsi dall'esame senza conseguenze per il suo curriculum personale valutabile al fine del conseguimento del titolo finale.

9.Il Presidente della Commissione esaminatrice per le prove di profitto è responsabile dei relativi verbali. La verbalizzazione delle prove di profitto deve avvenire entro la stessa sessione di svolgimento ed è effettuata con supporti cartacei o eventuali strumenti di verbalizzazione telematica. Nel primo caso, il verbale d'esame è firmato dal Presidente e da almeno un altro componente della Commissione, con funzione di Segretario e deve essere trasmesso dal Presidente della Commissione alla Segreteria studenti competente entro sei giorni dalla valutazione degli esiti. In caso di verbalizzazione telematica, il verbale deve essere firmato dal solo Presidente della Commissione esaminatrice. Tali modalità di verifica vengono applicate anche in riferimento alle lingue straniere.

10.Per quanto attiene agli studenti portatori di Disturbi Specifici dell'Apprendimento (DSA), certificati ai sensi della L. 8 ottobre 2010, n. 170, è concesso un tempo aggiuntivo pari al 30% in più rispetto a quello definito per la prova d'esame.

11.Gli studenti possono acquisire i cfu relativi alle ulteriori attività formative (TAF F) attraverso stage/tirocini aziendali (ivi compresi anche gli studi professionali) regolamentati da convenzioni stipulate dal DIMA/M o dall'Ufficio preposto all'orientamento e placement di Ateneo, ovvero attraverso la frequenza di attività di laboratorio, nelle quali può rientrare anche la partecipazione a seminari che siano accreditati dal Consiglio del DIMA/M. In questo ultimo caso per l'attribuzione di 1 cfu sarà necessaria la frequenza di 8 ore di seminari. La verbalizzazione per l'attribuzione dei CFU relativi alla frequenza dei singoli seminari è a cura del docente organizzatore.

12.Nel caso di svolgimento di stage/tirocini presso aziende, studi professionali e organizzazioni pubbliche, ciascuna convenzione dovrà essere sottoscritta nel rispetto della normativa nazionale di riferimento e di quanto stabilito dall'Ateneo.

Art. 7
Modalita' di trasferimento da altri corsi di studio e criteri e procedure per il riconoscimento crediti

1.Trasferimento da altri corsi di studio

Il trasferimento da altri Corsi di studio o da altri Atenei è consentito previa verifica del possesso dei requisiti curriculari e dell'adeguata personale preparazione, ricorrendo eventualmente a colloqui, secondo quanto disposto dal presente Regolamento all'art.4. L'eventuale riconoscimento dei CFU avverrà nel rispetto dei criteri e delle procedure stabilite nella successiva sezione 2 del presente articolo. In caso di convalida, verrà attribuito lo stesso voto attribuito nel Corso di studio di provenienza.

2.Riconoscimento dei crediti universitari: criteri e procedure

Riconoscimento crediti universitari

Per riconoscimento crediti si intende l'attribuzione di crediti formativi universitari agli studenti che facciano domanda di iscrizione ad un Corso di Studio relativi ad attività formative corrispondenti ad insegnamenti universitari certificate dal superamento dell'esame o da altra forma di verifica del profitto; si intende, altresì, l'attribuzione di crediti formativi universitari alle altre attività formative previste dalla normativa vigente, secondo le modalità di seguito specificate.

Competenza e termini

Il riconoscimento dei crediti compete al Consiglio del Corso di Studio, previa istruttoria della Commissione per il riconoscimento crediti. La domanda di riconoscimento crediti va presentata entro la data di immatricolazione o iscrizione agli anni successivi. Inoltre, non possono essere richieste modifiche della delibera di ammissione dopo che siano trascorsi 60 giorni dalla sua approvazione, al fine di assicurare stabilità e certezza giuridica alle carriere studenti. Verranno invece prese in considerazione attività relative allo svolgimento di stage o tirocini maturati in seguito alla data di delibera di immatricolazione (o iscrizione agli anni successivi) al Corso di Studio.

3.Regole generali per il riconoscimento dei crediti.

Per chi proviene da altri Corsi di Studio sono riconoscibili i crediti relativi agli insegnamenti già sostenuti secondo le seguenti modalità:

-automaticamente, se l'esame sostenuto ha la stessa denominazione e appartiene allo stesso settore scientifico disciplinare di quelli compresi nei curricula del Corso di Studio a cui si chiede l'iscrizione;

-previo parere favorevole del docente responsabile dell'insegnamento nel caso in cui l'esame sostenuto, per il quale si chiede il riconoscimento dei crediti, non abbia la stessa denominazione e/o non appartenga allo stesso settore scientifico disciplinare di quelli compresi nei curricula del DIMA/M, a cui si chiede l'iscrizione. In tale caso il riconoscimento avviene subordinatamente alla verifica della sostanziale equivalenza dei programmi di studio e degli impliciti obiettivi formativi. Se l'insegnamento di cui si chiede il riconoscimento ha un numero di crediti diverso si procede al riconoscimento parziale ai sensi del successivo art. 6. Sarà demandata, poi, ai docenti dei singoli insegnamenti la definizione ed i termini per la necessaria integrazione. E' possibile inserire gli insegnamenti non previsti nei curricula tra gli insegnamenti a scelta dello studente, per un massimo di 12 crediti

purché, ai sensi dell'art 10, n. 5, lettera a) del d.m. 22 ottobre 2004, n.270, l'insegnamento a scelta sia coerente con il progetto formativo del Corso di Studio. In nessun caso possono essere attribuiti crediti per gli esami per i quali si sia ottenuta la dispensa con l'iscrizione ad altri Corsi di Studio. Qualora l'esame sia stato sostenuto in un arco di tempo (più di dieci anni) tale da invalidare, per obsolescenza, i contenuti conoscitivi dei crediti acquisiti, il riconoscimento è condizionato al parere favorevole del docente di riferimento.

4.Riconoscimento di insegnamenti dei corsi di laurea del vecchio ordinamento.

Qualora gli insegnamenti per i quali si richiede il riconoscimento appartengano ad un corso di laurea del vecchio ordinamento (esami senza crediti) e fermo restando quanto stabilito nella norma precedente, si procederà come segue: gli insegnamenti annuali saranno valutati sino ad un massimo di 9 crediti; la Commissione si riserva di decidere per i laboratori caso per caso.

5.Iscrizione agli anni successivi

L'anno di iscrizione viene determinato sulla base del numero dei crediti acquisiti, secondo la tabella seguente:

PERCORSO ORDINARIO

Numero crediti	Anno di iscrizione
da 0 a 39	Primo
da 40 e oltre	Secondo

PERCORSO PART TIME

Numero crediti	Anno di iscrizione
da 0 a 24	Primo
da 25 a 49	Secondo
da 50 a 74	Terzo
da 75 e oltre	Quarto

6.Riconoscimento parziale dei crediti.

Per riconoscimento parziale si intende il riconoscimento di un numero di crediti solo parzialmente corrispondente sia all'esame del quale si chiede il riconoscimento sia all'esame già sostenuto che ha consentito l'acquisizione dei crediti. L'esame verrà convalidato con il numero dei crediti (parziali) riconosciuti; la verbalizzazione della parte residua dell'esame avverrà solo per i crediti rimanenti. Il docente responsabile dell'insegnamento dovrà individuare il programma di studio per i cfu non convalidati/dispensati.

7.Riconoscimento crediti per ulteriori esami di profitto.

I crediti formativi ottenuti per il superamento di esami ulteriori rispetto al piano di studi non possono essere utilizzati a copertura dei crediti formativi previsti per le ulteriori attività di stage o tirocinio.

8.Riconoscimento crediti derivanti da convenzioni con altri Atenei.

In caso di trasferimento o iscrizione al DIMA/M da parte di studenti provenienti da altri Atenei, la valutazione e il riconoscimento di crediti formativi può avvenire solo sugli esami di profitto effettivamente sostenuti presso Atenei pubblici o privati riconosciuti. Nel caso lo studente abbia usufruito del riconoscimento di crediti formativi derivanti da specifiche convenzioni questi non saranno riconosciuti. Fatto salvo il valore legale del titolo di studio, i crediti formativi derivanti da specifiche convenzioni non possono essere considerati per accertare i requisiti di ammissione al Corso di Studio. Tale accertamento può avvenire solo sugli esami di profitto effettivamente sostenuti presso Atenei pubblici o privati riconosciuti.

9.Riconoscimento crediti per attività lavorativa e per attività formative ai sensi dell'art. 4, comma 4, del d.m. 16 marzo 2007.

L'attività lavorativa nonché le attività formative ai sensi dell'art.4, comma 4, del d.m. 16 marzo 2007 possono essere riconosciute in luogo della voce stage (o laboratori), con l'attribuzione al massimo di 6 CFU, purché si tratti di attività inerenti ai profili formativi e coerenti con gli obiettivi formativi del corso di studio. Ai fini della verifica delle suindicate condizioni, lo studente deve allegare alla domanda da presentare al Consiglio di Corso di Studio adeguata documentazione (composta da una autocertificazione ai sensi di legge e da una dichiarazione del superiore diretto ovvero copia del contratto di lavoro/mansionario) attestante la durata del rapporto di lavoro, la qualifica professionale e le mansioni ricoperte. Tali attività non possono essere riconosciute se il rapporto di lavoro ha avuto inizio da meno di 30 giorni. L'attribuzione dei crediti è proporzionale al numero di ore svolte ed alla tipologia di attività tenendo conto che un CFU corrisponde a 25 ore di lavoro.

10.Convalida di esami sostenuti in altri corsi di laurea.

Per convalida di un esame si intende il riconoscimento dell'esame sostenuto in altro Corso di Studio equivalente dello stesso Ateneo e di altro Ateneo italiano o straniero. La convalida comporta l'attribuzione di voto che è il medesimo dell'esame già sostenuto del quale si chiede la convalida. Non possono essere riconosciuti esami precedentemente convalidati, ma solo esami effettivamente sostenuti secondo i criteri stabiliti nel presente regolamento. Relativamente al trasferimento degli studenti da un corso di laurea magistrale ad un altro, ovvero da un'Università ad un'altra, è assicurato il riconoscimento del maggior numero possibile dei CFU già maturati dallo studente, secondo i criteri e le modalità previste dal Regolamento didattico di Ateneo. Esclusivamente nel caso in cui il trasferimento dello studente sia effettuato tra corsi di laurea appartenenti alla medesima classe, la quota di CFU relativi al medesimo settore scientifico disciplinare direttamente riconosciuti allo studente non può essere inferiore al 50% di quelli già maturati. Nel caso in cui il corso di provenienza sia svolto in modalità a distanza, la quota minima del 50% è riconosciuta solo se il corso di provenienza risulta accreditato ai sensi della normativa vigente.

11.Dispensa

Per dispensa si intende l'esonero per lo studente, che abbia i requisiti richiesti dalla presente norma, dal

sostenimento di esami necessari per l'acquisizione dei crediti previsti dal regolamento didattico del corso di studio. Con la dispensa da un esame lo studente acquisisce i crediti corrispondenti a quell'esame senza aver sostenuto o dover sostenere la prova o altra forma di verifica del profitto. La dispensa non comporta attribuzione di voto. La dispensa può essere concessa a studenti che abbiano già conseguito il titolo di studio Magistrale o acquisito la laurea quadriennale (vecchio ordinamento) presso l'Ateneo o in altra Università, anche estera, e che chiedano, contestualmente all'iscrizione, l'abbreviazione degli studi. Questa può essere riconosciuta previa valutazione e convalida dei CFU considerati idonei in relazione al corso di studio prescelto, secondo i criteri stabiliti nel presente regolamento. Gli studenti possono essere dispensati dal sostenere esami per gli insegnamenti previsti nel piano di studi a fronte di attività formative svolte in Master Universitari (di primo e secondo livello); in tali casi la dispensa può essere riconosciuta subordinatamente alla verifica della corrispondenza dei settori scientifico-disciplinari, della sostanziale equivalenza dei programmi di studio e degli impliciti obiettivi formativi; le attività formative svolte in Master Universitari possono essere riconosciute per un massimo di 40 CFU. Ai fini della dispensa dalle attività di stage, possono essere riconosciute, in relazione alla durata, attività di stage già svolte in applicazione di convenzioni tra Università e Imprese od Enti, purché coerenti con gli obiettivi formativi del Corso di Studi. Il riconoscimento di cfu complessivo dovuto a convalide e dispense dovrà in ogni caso rispettare il limite minimo di attività formative che lo studente dovrà comunque svolgere nel percorso formativo; lo studente dovrà sostenere comunque 4 esami, di cui almeno 3 presenti nell'offerta obbligatoria, oltre la redazione della tesi di laurea. Nei casi in cui sia prevista l'assegnazione di requisiti curriculari aggiuntivi, i medesimi possono essere colmati a fronte di convalide di esami sostenuti in altri corsi di laurea.

12.Periodi di studi all'estero.

Nella definizione dei progetti di attività formative da seguire all'estero e da sostituire ad alcune delle attività previste dal DIMA/M, si ha cura di perseguire non la ricerca degli stessi contenuti, bensì la piena coerenza con gli obiettivi formativi del CdS. Qualora sia oggettivamente impossibile stabilire una corrispondenza univoca in CFU tra singole attività da effettuare all'estero e quelle del corso di studio interessato, tutti i CFU relativi all'insieme delle attività individuate possono essere prese in considerazione, previa approvazione su proposta della Commissione Rapporti Internazionali. Le attività formative seguite all'estero per le quali non sia individuabile alcuna corrispondenza possono comunque essere considerate dalla commissione in sede di valutazione dell'esame finale. Le disposizioni riguardanti le modalità di riconoscimento degli studi compiuti all'estero, della frequenza richiesta, del superamento degli esami e delle altre prove di verifica previste e del conseguimento dei relativi CFU da parte di studenti dell'Ateneo sono stabilite nel Regolamento d'Ateneo per gli studenti.

Art. 8
Iscrizione ad anni successivi

Sono considerati studenti iscritti al II anno coloro i quali abbiano acquisito in entrata un numero di CFU pari a quanto previsto al precedente art. 7 per il riconoscimento dei crediti.

Art. 9
Caratteristiche prova finale

La prova finale di laurea prevede la presentazione e discussione da parte dello studente di un elaborato scritto su supporto cartaceo o digitale **elaborata in modo personale sotto la guida di un relatore.** Lo studente è tenuto a sviluppare la tesi in maniera coerente rispetto al tema scelto, dimostrando una conoscenza della letteratura pertinente attestata da una ricerca bibliografica adeguata. La tesi costituisce un'importante occasione formativa

individuale a completamento del percorso. La tesi deve essere redatta secondo le regole stabilite nel "Regolamento prova finale" su un tema riconducibile alle discipline che caratterizzano il curriculum dello studente. L'accertamento della capacità di selezionare i quadri teorici e gli strumenti di analisi più adeguati costituisce parte integrante della valutazione finale dello studente.

REGOLAMENTO PROVA FINALE DIMA

1.Prova finale

1.La prova finale consiste nella discussione di una tesi elaborata in modo personale dallo studente sotto la guida di un relatore dopo aver superato tutti gli esami previsti dal piano di studio, inclusi quelli relativi alle attività formative autonomamente scelte, e dopo aver acquisito i crediti per le altre attività formative (laboratori e/o tirocini formativi). Lo studente è tenuto a sviluppare la tesi in maniera coerente rispetto al tema scelto, dimostrando una conoscenza della letteratura pertinente attestata da una ricerca bibliografica adeguata.

2.Lo studente è ammesso a sostenere la prova finale quando la tesi abbia ottenuto l'approvazione da parte del relatore. L'approvazione da parte del relatore costituisce condizione necessaria per l'ammissione all'esame finale. Il caricamento della tesi sulla piattaforma Esse3 vale come consegna della stessa al contro-relatore (o ai contro-relatori) designato (designati) dal Direttore di Dipartimento. Alla data di scadenza per l'upload della documentazione di laurea su ESSE3, tutte le attività formative del proprio piano di studio devono essere superate (come da dichiarazione resa nel Modulo finale conseguimento titolo).

3.La prova finale può essere sostenuta in una lingua straniera, preventivamente concordata con il Direttore di Dipartimento, sentito il relatore. In questo caso andrà predisposto anche un riassunto esteso in lingua italiana.

4.L'accertamento della capacità di selezionare i quadri teorici e gli strumenti di analisi più adeguati costituisce parte integrante della valutazione finale dello studente.

5.Il Presidente del DIMA/M, di concerto con il relatore, potrà autorizzare il parziale svolgimento dell'attività finalizzata all'elaborazione della tesi presso aziende, studi professionali, amministrazioni pubbliche, enti pubblici e privati di ricerca, sulla base di apposite convenzioni.

6.L'esame di laurea è pubblico e si svolge secondo un programma prestabilito prevedendo per ciascun candidato un esame della durata media non superiore a venti minuti di cui una parte da dedicare all'esposizione e una alla discussione.

2.Scelta dell'argomento della tesi di laurea

1.Entro il mese di gennaio di ciascun anno solare la Segreteria didattica del Dipartimento inserisce nel sito del DEA l'elenco dei docenti, indicando per ciascuno il numero delle tesi ancora disponibili; ogni docente può supervisionare un numero massimo di 10 tesi nell'ambito del cds di afferenza.

2.Lo studente sceglie il docente-relatore secondo le seguenti modalità e regole:

a) la scelta non può ricadere su discipline non presenti nel proprio piano di studi (fatta salva la fattispecie degli insegnamenti inseriti in aggiunta ai 120 CFU previsti: cd. "esami fuori piano");

b) la scelta può intervenire soltanto previa maturazione, dopo l’iscrizione al Corso di Laurea magistrale, di almeno 60 CFU; al momento della scelta lo studente autocertifica il soddisfacimento di questo requisito;

c) una volta effettuata la scelta, il Direttore di Dipartimento può revocarla previa richiesta motivata del relatore o del laureando;

3.Calendario della prova finale

1.Il calendario delle prove finali per il conseguimento della laurea magistrale viene fissato annualmente dal DEA.

2.Le prove finali relative a ciascun anno accademico devono svolgersi entro il 30 aprile dell’anno accademico successivo; entro tale data, le prove possono essere sostenute dagli studenti iscritti all’anno accademico precedente senza necessità di reiscrizione.

3.Le Commissioni per la valutazione degli esami finali della laurea magistrale sono nominate dal Direttore del Dipartimento nel rispetto del RdA.

4.Lo studente che intenda avvalersi di un percorso di mobilità internazionale per lo svolgimento all'estero della ricerca finalizzata alla stesura della tesi, previa approvazione del Learning Agreement da parte del Delegato Erasmus di Dipartimento, dovrà concordare con il proprio Relatore del CdS, preliminarmente alla partenza, il nominativo del tutor/professore della corrispondente Università estera. A seguito del proprio rientro in Italia, dovrà fornire al Delegato Erasmus di Dipartimento, la certificazione redatta a cura del tutor/professore dell'Università estera, recante dichiarazione di avvenuto soggiorno all'estero dello studente per un minimo di quattro mesi, nonchè dichiarazione relativa al periodo di studio/ricerca in misura non inferiore a 72 ore svolte dallo studente.

4.Voto finale di laurea.

1.Il voto finale di laurea magistrale è espresso in centodecimi ed è costituito dalla somma:

a.della media ponderata MP dei voti (Vi) conseguiti negli esami di profitto pesati con i relativi crediti (Ci) e rapportata a centodecimi, secondo la formula seguente: MP = (Vi*Ci/Ci)*110/30

b.del voto, pure espresso in centodecimi, conseguito nella prova finale;

c.delle eventuali integrazioni indicate ai successivi commi 4, 5 e 6.

2.Contribuiscono alla determinazione della media ponderata MP anche i voti riportati nelle “attività formative a libera scelta” purché il numero complessivo dei CFU acquisiti non ecceda i CFU previsti dall’ordinamento didattico per le attività a libera scelta. Eventuali CFU in eccesso non concorreranno alla determinazione del voto finale di laurea; la decurtazione riguarderà i CFU relativi alle attività formative a libera scelta, nei cui accertamenti di profitto lo studente abbia riportato la votazione più bassa.

3.Il punteggio massimo conseguibile nella prova finale è pari a 8 centodecimi. Qualora il relatore intenda proporre

alla Commissione di laurea un punteggio superiore a 6 centodecimi dovrà darne preventiva comunicazione al Direttore di Dipartimento che provvederà alla designazione di due contro-relatori. In assenza della preventiva comunicazione da parte del relatore la Commissione non potrà comunque assegnare un punteggio superiore a 6 centodecimi. Al Consiglio di Corso di Studio magistrale è demandata la predisposizione di una guida per la redazione della tesi di laurea.

4.L'integrazione per le lodi, espressa in centodecimi, viene determinata attribuendo 0,4 punti per ogni lode ricevuta negli esami sostenuti, entro il limite massimo di 2 punti.

5.Agli studenti che si laureano in corso sarà assegnato il bonus di 0.5 punti (nella sessione straordinaria), 1 punto (nelle sessioni autunnali), 1,5 punti (nella sessione estiva). Tale bonus è attribuibile agli studenti iscritti regolarmente al secondo anno, non a tempo parziale, per l'anno di conseguimento del titolo con un riconoscimento massimo di 9 CFU a seguito di abbreviazioni carriera, dispense, trasferimenti da altri corsi, riattivazioni di carriera.

6.Agli studenti che partecipano ai programmi di mobilità internazionale potrà essere riconosciuto, su proposta del Docente Delegato ai Rapporti internazionali e solo in presenza di successo nel conseguimento (anche parziale) dei CFU previsti dall'accordo di programma, un punteggio non superiore a 1 punti.

7.Qualora la somma dei voti di cui ai precedenti punti 1), 3), 4), 5) e 6) non sia inferiore a 110, al candidato può essere attribuita la lode, previo accertamento della rilevanza dei risultati raggiunti dal candidato e con valutazione unanime della Commissione. Nell'attribuzione della lode la Commissione di laurea dovrà tener conto dell'intera carriera dello studente, privilegiando comunque, ai fini della valutazione complessiva, la qualità della tesi di laurea.

8.La richiesta del secondo contro-relatore per l'eventuale attribuzione di un punteggio superiore a 6/110, con la presentazione sintetica degli elementi maggiormente contributivi della tesi, dovrà essere inoltrata al Direttore di Dipartimento entro la data prevista per il superamento di tutte le attività formative.

9.Ai fini della valutazione del lavoro di tesi, il DEA può avvalersi di appositi strumenti per la verifica dell'autenticità del testo.

Art. 10
Struttura organizzativa e funzionamento del corso di studio

La struttura organizzativa del CdS Magistrale in Digital Marketing prevede:

-il Consiglio di Corso di Studio;

-il Presidente del Consiglio del Corso di Studio;

-i Docenti;

-il Comitato d'Indirizzo del Corso di Studio;

-il Gruppo di Gestione AQ e riesame;

-la Segreteria del CdS Magistrale in Digital Marketing

-le Commissioni e i Servizi;

-la Rappresentanza degli Studenti.

Consiglio di Corso di Studio

1.Il CdS/M è costituito dai docenti affidatari degli insegnamenti e dai rappresentanti degli studenti iscritti al corso, eletti secondo le modalità stabilite dal Regolamento Generale di Ateneo.

2.Al CdS/M competono i compiti attribuiti dalla Legge, dallo Statuto e dai Regolamenti di Ateneo e del Consiglio di Dipartimento, nelle materie concernenti l'organizzazione e la gestione dell'attività didattica.

Docenti

I professori e ricercatori adempiono ai compiti didattici loro attribuiti secondo le rispettive norme di stato giuridico, le disposizioni contenute nell'art. 6, commi 2, 3 e 4 della L. n. 240/2010 e nel rispetto del Regolamento Didattico di Ateneo (RdA). I docenti svolgono i compiti didattici, organizzativi e di servizio agli studenti, ivi comprese le attività integrative, di orientamento e di tutorato. I docenti hanno la funzione di organizzare, selezionare e gestire i contenuti curriculari delle discipline oggetto di insegnamento, nonchè le modalità di comunicazione didattica nei processi di insegnamento e apprendimento (metodi di didattica tradizionali e innovativi). Il DEA provvede, su proposta del DIMA, secondo i criteri di funzionalità, competenza ed equa distribuzione dei carichi, all'attribuzione dei compiti didattici, alla luce della copertura degli insegnamenti deliberata.

I docenti, titolari dei relativi insegnamenti, devono:

- aggiornare annualmente la pagina personale nel sistema informatizzato di Ateneo con i programmi degli insegnamenti e comunicarli secondo le modalità e i tempi previsti dalla programmazione dell'offerta formativa;

- assolvere al proprio impegno didattico primariamente svolgendo personalmente le lezioni nell'ambito degli insegnamenti o degli eventuali moduli loro attribuiti all'interno del Corso di studio;

- assicurare la loro reperibilità e disponibilità per le attività di tutorato e per il ricevimento degli studenti, durante l'intero arco dell'anno accademico, indipendentemente dalla programmazione temporale dei corsi, fissando almeno un giorno di ricevimento la settimana, per una durata non inferiore a due ore, da tenersi nelle strutture del DEA;

- stabilire gli orari delle lezioni, delle esercitazioni e delle altre attività didattiche, ivi comprese le ore per il ricevimento settimanale degli studenti, in modo da assicurare l'impegno didattico in non meno di tre giorni distinti della settimana; il calendario degli impegni settimanali deve in ogni caso essere compatibile con le necessità organizzative del DIMA;

- essere sempre presenti alle lezioni e ai ricevimenti; in caso di assenza, possibile per causa di forza maggiore, motivi di salute e comprovati impegni scientifici o istituzionali, la lezione può essere svolta da altro docente o rinviata previa comunicazione agli studenti; se la durata dell'assenza è superiore a una settimana, il docente deve preventivamente chiedere l'autorizzazione al Direttore del Dipartimento, indicando il motivo dell'assenza, le

modalità della sua sostituzione, nonchè le modalità di recupero delle ore di attività non effettuate. Il recupero delle ore di attività didattica non effettuate è necessario anche in caso di assenze occasionali quando le stesse comunque superino globalmente l'impegno orario di una settimana di lezione;

-rispettare annualmente la coerenza e congruenza tra la quantità dei crediti attribuiti alla disciplina con la qualità e quantità dei materiali consigliati ai fini delle prove di valutazione;

- presiedere la commissione giudicatrice degli esami di profitto;

- partecipare alle sedute dei Consigli di DIMA;

- certificare, su apposito registro, il numero delle ore dedicate alle attività didattiche complessive e a quelle previste dalla legge per compiti organizzativi interni e per la partecipazione agli Organi Collegiali e di governo di Ateneo, secondo il ruolo e il regime di impegno scelto. il Direttore del DEA provvede alla vigilanza e al controllo dell'adempimento dei doveri didattici dei professori e dei ricercatori, nel rispetto di quanto previsto nel Regolamento didattico di Ateneo.

Attribuzione di compiti didattici

1.Il DEA stabilisce annualmente la programmazione delle relative attività formative per il successivo anno accademico (insegnamenti da attivare) sulla base delle indicazioni e delle proposte del CdS /M, e sulla base di quanto previsto nel Regolamento Didattico di Ateneo.

2.Nel caso di insegnamenti previsti dall'Ordinamento del DIMA ma che quest'ultimo non può attivare nel proprio ambito per assenza temporanea o per mancanza dei docenti cui di norma sono assegnati, nell'impossibilità di ricorrere alla mutuazione degli stessi, anche se attivati presso altri Corsi di studio di livello equivalente o triennale, per la particolare articolazione in terms dell'offerta formativa del DIMA, si procederà nel rispetto delle norme (di legge, statutarie e regolamentari) vigenti.

3.Sono titolari e responsabili degli insegnamenti esclusivamente i docenti di ruolo (professori e ricercatori), i ricercatori a tempo determinato e i professori a contratto.

Registro didattico

1.I professori di ruolo, i ricercatori a tempo determinato e indeterminato e i professori a contratto sono tenuti ad annotare, in apposito registro, attivo in modalità digitale, l'argomento della lezione o esercitazione svolta. Nello stesso registro deve essere, altresì, indicata ogni altra attività didattica, formativa e istituzionale svolta dal docente.

2.Il registro può essere richiesto in corso d'anno dal Presidente del DIMA, dal Direttore del DEA o dal Rettore.

Cultori della Materia

1.Il riconoscimento della qualità di cultore della materia è disposto dal Direttore del DEA su proposta dei docenti di ruolo (professori e ricercatori) e dei professori a contratto, sulla base di criteri stabiliti all'interno del DEA e nel rispetto di quanto previsto dal RdA.

2.I cultori della materia possono collaborare, in qualità di esercitatori, all'interno di moduli dei quali siano titolari e responsabili docenti di ruolo o professori a contratto e possono far parte delle Commissioni d'esame.

Comitato d'Indirizzo del Corso di Studio

Il Comitato di indirizzo, formato da stakeholder interni ed esterni, nazionali ed internazionali, è un organo consultivo del Consiglio del Corso di Studio ai fini del miglioramento della qualità dell'offerta formativa del corso medesimo.

Gruppo di Gestione AQ e riesame

Ai fini della assicurazione della qualità dell'attività didattica e per il monitoraggio annuale è istituito dal Consiglio di CdS/M e approvato dal Consiglio di Dipartimento il Gruppo di Gestione AQ e di monitoraggio.

Segreteria didattica del Corso di Studio

Le funzioni della Segreteria didattica del Corso di studio sono di supporto organizzativo a tutte le attività istituzionali del Corso e alle attività poste in essere dai docenti.

Commissioni e Servizi

Le Commissioni e i servizi a supporto delle attività poste in essere nell'ambito del corso di Studio sono nominati e individuati annualmente dal Dipartimento di Economia Aziendale.

Rappresentanza degli Studenti

I Rappresentanti degli studenti, eletti in base ai regolamenti di Ateneo e di CdS, svolgono, all'interno dell'organizzazione, una funzione tesa a migliorare il raccordo tra quanto il sistema organizzativo e didattico propone e quanto funzionale alle esigenze degli stessi.

Valutazione dei carichi didattici

Il Consiglio di Dipartimento e il Consiglio di Corso di Studio attuano iniziative finalizzate alla valutazione della coerenza tra i CFU assegnati alle attività formative e gli specifici obiettivi formativi programmati. Il Consiglio di Dipartimento si avvale di Commissioni didattiche per la valutazione e il monitoraggio del carico di lavoro richiesto agli studenti al fine di garantire la corrispondenza tra i CFU attribuiti alle diverse attività formative ed il carico di lavoro effettivo. La valutazione dei carichi didattici è effettuata dalla commissione didattica paritetica.

Calendario degli esami e delle verifiche di profitto

1.Il calendario degli esami e delle altre verifiche di profitto è stabilito dal Consiglio del DEA e deve essere reso pubblico, anche per via telematica, all'inizio dell'anno accademico e, comunque, non oltre il 30 ottobre di ogni anno.

2.Gli appelli d'esame e di altre verifiche del profitto previsti per il DIMA iniziano al termine dell'attività didattica dei singoli corsi di insegnamento. Per ogni anno accademico, il calendario degli esami di profitto deve

prevedere almeno sei appelli, per ciascun insegnamento, opportunamente distribuiti nel corso dell'anno accademico. Gli appelli d'esame, nell'ambito di una sessione, devono essere posti ad intervalli di almeno due settimane l'uno dall'altro e non possono comunque svolgersi nel mese di agosto. Il numero annuale degli appelli può essere elevato, su esplicita richiesta da parte di un congruo numero di studenti, previa approvazione del Consiglio di Corso di Studio.

Indirizzi e Piani di studio

1.Tutti gli studenti sono tenuti a comunicare alla Segreteria Studenti l'indirizzo (curriculum) di studio prescelto entro il 31 del mese di gennaio del primo anno di corso. Ove l'iscrizione, se consentita, avvenga dopo tale data, lo studente dovrà indicare il curriculum al momento dell'immatricolazione.

2.Le attività formative autonomamente scelte dallo studente, purchè coerenti con il progetto formativo ai sensi dell'articolo 10, comma 5, lettera a) del D.M. 270/2004, potranno essere scelte tra gli insegnamenti attivati nell'Ateneo. Nei casi in cui la scelta ricada su uno degli insegnamenti (opzionali od obbligatori) erogati dai cds in Economia e Management (triennale e magistrale) del Dipartimento di Economia Aziendale diversi da quelli erogati dal DIMA/M lo studente non dovra' richiedere alcuna autorizzazione preliminare. L'autorizzazione da parte del Presidente del DIMA è richiesta negli altri casi. Le attività formative autonomamente scelte dallo studente sono registrate con il voto e il numero di CFU che a loro compete. Il voto contribuisce a determinare il voto di laurea di cui all'allegato Regolamento Prova Finale, purchè il numero complessivo dei CFU acquisiti non ecceda i CFU previsti dall'ordinamento didattico per le attività formative autonomamente scelte dallo studente. Eventuali CFU in eccesso rispetto ai 120 CFU richiesti per il conseguimento della laurea non concorreranno alla determinazione del voto finale di laurea; la decurtazione riguarderà i CFU relativi alle attività formative nei cui accertamenti di profitto lo studente ha riportato la votazione più bassa.

Norma finale

Per quanto non previsto dal presente Regolamento si rinvia alla normativa vigente sul sistema universitario nonchè allo Statuto e al Regolamento di Ateneo ex D.M. 270/2004.

Art. 11
Iscrizione a tempo parziale (part-time)

Gli studenti, che per ragioni di lavoro, familiari, di salute o per altri validi motivi, non si ritengano in grado di frequentare con continuità le attivita didattiche previste dal corso di studio di loro interesse e prevedano di non poter sostenere i relativi esami e verifiche del profitto nei tempi previsti dal Regolamento didattico, possono usufruire dell'opportunità di iscriversi a tempo parziale. La domanda di iscrizione in regime di tempo parziale deve essere presentata presso la Segreteria studenti di appartenenza, contestualmente all'immatricolazione o all'iscrizione al secondo anno, allegando la documentazione comprovante il possesso delle condizioni richieste e la proposta di piano di studi part time. Il percorso part-time deve rispettare le propedeuticità previste nel Corso di Studio.Il regime di tempo parziale, oltre che dal presente Regolamento, è disciplinato dall'art. 48 del Regolamento didattico di Ateneo e dall'apposito Regolamento per l'iscrizione a tempo parziale degli studenti ai corsi di studio, emanato con D.R. n. 1581 e modificato con D.R. n. 1746 del 31/07/2017, cui si rinvia per quanto non espressamente previsto dal presente Regolamento Didattico.

Art. 12
Modalità di erogazione della didattica

A partire dall'a.a. 2025/2026, il Corso di Laurea Magistrale in Digital Marketing potrà prevedere, ad esclusione delle attività pratico-laboratoriali, l'erogazione di una quota massima di CFU pari ad 1/3 dei crediti necessari al conseguimento del titolo, secondo quanto disposto dal D.M. n.1835 del 6.12.2024.