

I CORSI DELLA FACOLTÀ DI ECONOMIA E GIURISPRUDENZA

Piacenza-Cremona
Lauree magistrali a.a. 23/24



**UNIVERSITÀ
CATTOLICA**
del Sacro Cuore

La scelta di una laurea magistrale è - se possibile - ancora più decisiva di quella che hai già compiuto con la laurea triennale: apre infatti a un inserimento di qualità nel mondo del lavoro e può essere fondamentale per la tua vita professionale futura. L'offerta formativa dell'Università Cattolica parte da qui: l'impronta evocata nella grafica di copertina suggerisce che i percorsi che ti proponiamo ti consentiranno di personalizzare le tue conoscenze e competenze, misurarti con contenuti ed esperienze di alto livello e aiutarti a lasciare il tuo segno nella società del domani.

Sommario

Economia e Giurisprudenza	3
Laurea magistrale in Banking e consulting	4
Laurea magistrale in Food Marketing e Strategie Commerciali	8
Laurea magistrale in Gestione d'azienda	15
Laurea magistrale in Global Business Management	29
Laurea magistrale in Innovazione e imprenditorialità digitale Sede di Cremona	34
Corsi di Teologia Crediti formativi Costi e agevolazioni Il Campus	40
L'Orientamento in Università Cattolica I servizi per gli studenti	41



Economia e Giurisprudenza

I corsi di laurea magistrale in Economia sono attivati nell'ambito della Facoltà di Economia e Giurisprudenza. La Facoltà è collocata all'interno di due Campus universitari posizionati in un territorio ricco di cultura, di bellezze artistiche e paesaggistiche, di tradizioni enogastronomiche e musicali. I Campus sono caratterizzati da ampi spazi destinati al verde, dalla presenza di aree residenziali per l'accoglienza degli studenti, dall'esistenza di numerose iniziative per il tempo libero e per la socializzazione. La sede di Cremona è ospitata nel centro cittadino, nei prestigiosi locali del convento di S. Monica, che sono stati oggetto di un'ampia e accurata ristrutturazione. La provenienza geografica e scolastica degli studenti dei Campus è molto eterogenea e questa eterogeneità, oltre a rappresentare una grande ricchezza culturale, costituisce un forte stimolo al confronto e allo scambio di esperienze diverse.

I valori che ispirano la vita universitaria nei Campus di Piacenza e Cremona sono quelli dell'impegno nello studio, del merito, del gioco di squadra, della condivisione, della solidarietà, della ricerca, del confronto continuo con il mondo produttivo. Gli studenti hanno la possibilità di scegliere percorsi di laurea distintivi in grado di soddisfare gli interessi e le passioni personali, oltre che i fabbisogni di competenze professionali maggiormente richiesti dal mercato del lavoro. Le strutture didattiche (aule, laboratori informatici e linguistici, biblioteche, spazi per lavori di gruppo e per lo studio individuale) sono moderne e caratterizzate da elevati livelli di servizio e rendono confortevole l'attività di apprendimento. Il Campus piacentino è attrezzato con impianti sportivi adeguati per svolgere attività fisiche individuali e di squadra.

Nell'ambito dei singoli insegnamenti si sperimentano continuamente iniziative di didattica interattive basate sull'organizzazione di lavori di gruppo, sullo svolgimento di business game in collaborazione con importanti gruppi aziendali, sulla realizzazione di lezioni "manageriali" con il coinvolgimento di autorevoli rappresentanti del mondo delle imprese. Nei diversi percorsi di laurea sono previste esperienze di stage e di studi all'estero dando la possibilità agli studenti da un lato di integrare l'attività formativa con l'attività lavorativa e dall'altro di confrontarsi con modelli culturali di altri paesi.

Nell'a.a. 2023/2024, nell'ambito della Facoltà di Economia e Giurisprudenza, saranno offerte le lauree magistrali in:

Sede di Piacenza

- **Banking e consulting**, che afferisce alla classe LM-77 Scienze economico-aziendali.
- **Food Marketing e Strategie Commerciali**, che afferisce alla classe LM-77 Scienze economico-aziendali.
- **Gestione d'azienda**, che afferisce alla classe LM-77 Scienze economico-aziendali.
- **Global Business Management**, che afferisce alla classe LM-77 Scienze economico-aziendali. Laurea impartita in lingua inglese.

Sede di Cremona

- **Innovazione e imprenditorialità digitale**, che afferisce alla classe LM-77 Scienze economico-aziendali.

Banking e consulting

Il corso di laurea magistrale in **Banking e consulting** afferisce alla classe LM77 (Scienze economico-aziendali).

Il corso intende formare profili professionali capaci di operare nei nuovi contesti economico-aziendali dettati dalla crescente innovazione tecnologica e dalla continua evoluzione normativa che impattano profondamente sulla gestione delle istituzioni bancarie e finanziarie. Elemento qualificante e distintivo del corso di laurea è l'integrazione tra attività didattica frontale e testimonianze aziendali, *project work* e svolgimento guidato di *case studies* attraverso la partecipazione attiva delle banche e delle società di consulenza partner. La docenza erogata dai professori viene quindi integrata dall'insegnamento condiviso di professionisti qualificati del settore. Ciò consente di stimolare e rafforzare le capacità di *problem-solving* e di collaborazione nel lavoro di gruppo degli studenti, ricreando, nel processo di apprendimento, le dinamiche tipiche del mondo degli intermediari bancari e finanziari e delle società di consulenza.

Obiettivi formativi

Costituiscono obiettivi formativi specifici del corso di laurea magistrale in Banking e consulting l'acquisizione delle seguenti competenze e abilità:

- una forte padronanza (in ambito economico-aziendale, matematico-statistico e giuridico) delle conoscenze teoriche e metodologiche necessarie per comprendere e affrontare le problematiche di gestione di banche, intermediari finanziari e società di consulenza;
- la capacità di misurarsi con la complessità aziendale di realtà molto articolate in termini organizzativi e gestionali con un'ottica integrata propria delle direzioni,

della compliance e della programmazione e della gestione del cambiamento all'interno dei vincoli posti dal contesto regolamentare;

- la possibilità di utilizzare, nello sviluppo delle competenze sopra richiamate, le logiche e le tecniche proprie della formalizzazione quantitativa e una visuale internazionale e interculturale delle stesse;
- la capacità di acquisire strumenti, metodologie, e saperi propedeutici alla assunzione di posizioni di responsabilità in aziende di grandi dimensioni e in istituzioni caratterizzate da modelli di business innovativi e in dinamica trasformazione.

Metodologia didattica

Particolare attenzione è dedicata alla didattica:

- le classi sono composte da un numero limitato di studenti per garantire un rapporto più diretto e favorevole con i docenti;
- sono previsti numerosi seminari, workshop e conferenze, utili per accrescere il livello di approfondimenti di temi specifici ma anche per avvicinare gli studenti alle dinamiche in atto nel settore finanziario attraverso la viva testimonianza dei protagonisti;
- ampio è l'utilizzo di *case studies* che aiutano lo studente a sviluppare la cultura del *problem solving*;
- sempre al fine di accrescere il livello di interazione tra studenti e docenti verranno impiegate metodologie e supporti didattici all'avanguardia come la piattaforma multimediale Blackboard.

La fase finale del percorso formativo è rappresentata da un periodo di stage in azienda e dalla preparazione della tesi di laurea. Questi due momenti formativi sono fondamentali per rifinire e focalizzare la preparazione, ma rap-

presentano anche il primo vero contatto con il mondo del lavoro consentendo allo studente di affiancare al "sapere" anche il "saper fare". In particolare, lo stage permette di ampliare il patrimonio di competenze fornite dal profilo di formazione universitaria con saperi professionali acquisibili esclusivamente in ambito lavorativo. Lo stage, inoltre, facilita le scelte professionali dello studente dopo il conseguimento della laurea. A tale proposito, la presenza attiva di numerose società partner è funzionale a migliorare la fase di abbinamento tra studenti e realtà aziendali, consentendo a queste ultime di testare i candidati direttamente in aula nell'ambito delle attività di affiancamento alla didattica tradizionale.

Prospettive occupazionali

Il corso di laurea magistrale in **Banking e consulting** fornisce al laureato una formazione interdisciplinare mettendolo in grado di ricoprire ruoli di elevato contenuto professionale nell'ambito di:

- banche;
- intermediari finanziari, quali ad esempio società di intermediazione mobiliare, società di gestione del risparmio e società finanziarie;
- assicurazioni;
- società di consulenza;
- imprese industriali, commerciali e di servizi, nell'ambito della funzione finanziaria;
- banche centrali e autorità di vigilanza sui mercati e sugli intermediari finanziari.

Piano di studi

Il piano di studi prevede un primo anno composto da corsi prevalentemente obbligatori finalizzati a:

- inquadrare gli scenari, i trend di mercato e gli economics sottostanti i processi di innovazione;
- comprendere e saper progettare modelli di business sostenibili e saperne misurare le performance;

- apprendere gli strumenti e le tecniche di project e people management;
- sapere interpretare il mercato e il cliente e formulare strategie customer-centric;
- acquisire le metodologie e le competenze per la gestione e l'analisi dei dati;
- conoscere e sapere fronteggiare le problematiche e i supporti di natura giuridica, di compliance e di corporate governance;
- dotarsi del background culturale necessario a sviluppare un pensiero creativo e flessibile.

Al secondo anno gli studenti impareranno a:

- comprendere le problematiche, le opportunità, le metodologie e le pratiche utili a supporto della gestione di processi di cambiamento nelle banche e negli intermediari finanziari;
- guidare, organizzare e valutare la sostenibilità economica di un processo di cambiamento;
- identificare e gestire i rischi tipici delle banche e delle istituzioni finanziarie valutandone gli impatti sulla gestione finanziaria, sull'incremento dell'efficienza organizzativa e sulla brand reputation;
- gestire lo sviluppo di prodotti e servizi veicolandoli ai clienti con adeguate abilità relazionali.

In entrambi gli anni di corso sono previsti laboratori e ore di lezione svolte con la partecipazione di società di consulenza e aziende bancarie e finanziarie partner.

Il piano di studi qui pubblicato potrà subire modifiche; quello di riferimento ufficiale sarà presentato nella Guida specifica di Facoltà.

Modalità di accesso

Per accedere al corso di laurea magistrale in Banking e consulting è necessario possedere uno dei requisiti sotto riportati:

1. una laurea triennale, afferente alla classe L-18 Scienze dell'economia e della gestione

Food Marketing e Strategie Commerciali

Il corso di laurea magistrale in **Food Marketing e Strategie Commerciali** afferisce alla classe LM77: Scienze economico-aziendali.

Il corso nasce con l'obiettivo di formare laureati magistrali in grado di soddisfare un diffuso e ampio **fabbisogno professionale** nell'ambito delle imprese di produzione e di distribuzione operanti nei **diversi settori**. Posto, infatti, che il corso di laurea magistrale in Food Marketing e Strategie Commerciali focalizza la sua attenzione sui mercati del **Largo Consumo**, i contenuti degli insegnamenti sono coerenti con le problematiche di Marketing e Sales Management delle imprese operanti anche in altri settori economici **NON FOOD**.

In quest'ottica, infatti, il settore del Largo Consumo rappresenta un mercato "scuola" avanzato per le problematiche di Marketing e Sales Management tanto che da un lato ha sempre anticipato, storicamente, fenomeni e situazioni commerciali e competitive che hanno poi riguardato quasi tutti gli altri mercati e, dall'altro, ha contribuito a formare quelle competenze manageriali che sempre di più negli ultimi anni si sono sviluppate anche negli altri settori (fashion, elettronica di consumo, automotive, energia, business to business, etc.). Per questi motivi i laureati magistrali in Food Marketing e Strategie Commerciali possono trovare numerosi sbocchi professionali in realtà appartenenti a settori/mercati anche diversi rispetto al Largo Consumo Confezionato (**elettronica, servizi, abbigliamento, cosmetica-profumeria, luxury-moda, automotive, etc.**).

Si tratta di un corso di laurea magistrale in Economia, attivato in collaborazione tra la Facoltà di Economia e Giurisprudenza e quella di Scienze agrarie, alimentari e ambientali.

Il percorso di laurea è stato strutturato in

modo da soddisfare esigenze formative sia di natura generale/interdisciplinare sia di natura tecnico/specialistica. L'integrazione di contenuti di tipo economico, aziendale, giuridico ed agro-alimentare ne fa un **corso innovativo sia sotto il profilo della formulazione didattica, sia sotto il profilo delle rilevanti opportunità professionali** per i laureati.

Il progetto della laurea magistrale in Food Marketing e Strategie Commerciali è stato stimolato da:

- l'esistenza nel **mercato del lavoro di un forte fabbisogno** di profili professionali con competenze di **marketing e di sales management**, come è ben documentato da tutte le ricerche e da tutte le fonti informative riguardanti le dinamiche della domanda e dell'offerta di lavoro;
- il ruolo sempre più rilevante che stanno assumendo le attività di **sales management** e di analisi e gestione delle politiche di mercato nei processi di marketing;
- la presenza nella sede dell'Università Cattolica di Piacenza di **competenze di ricerca e di didattica riconosciute e distinte** sia in ambito marketing e commerciale (Facoltà di Economia e Giurisprudenza) sia in ambito agro-alimentare (Facoltà di Scienze agrarie, alimentari e ambientali). A supporto dell'attività didattica è operativo il Centro di Ricerca REM Lab (Centro di Ricerca sul Marketing e sul Retail dell'Università Cattolica). Questo Centro svolge una ampia attività di ricerca di marketing in collaborazione con importanti aziende nazionali e multinazionali operanti nel nostro Paese, puntando a trasferire i risultati della ricerca nei contenuti dei corsi di insegnamento;

- un confronto continuo e costruttivo con le “parti sociali” e con importanti **realità aziendali italiane e multinazionali** dal quale è emerso come questo percorso di studi abbia una valenza formativa innovativa e coerente con i fabbisogni professionali espressi dal mondo produttivo ed imprenditoriale (marketing manager, product manager, sales manager, buyer, category manager, store manager, etc...).

Obiettivi formativi

La laurea magistrale in Food Marketing e Strategie Commerciali si propone di soddisfare il suddetto fabbisogno sviluppando adeguate **competenze imprenditoriali** e manageriali relative a:

- l'analisi dei **modelli di acquisto e di consumo** in modo da comprendere a fondo i processi di formazione delle situazioni di fedeltà alle marche e di fedeltà ai punti di vendita;
- le strategie di pianificazione, gestione e tutela delle **politiche di marca**;
- la valutazione della configurazione dei processi di selezione dei **canali di vendita** dei prodotti aziendali;
- la progettazione dei piani aziendali di prodotto/ canale/cliente con la relativa definizione del mix degli **investimenti di marketing**;
- la costruzione e la gestione delle **organizzazioni** di marketing e di vendita;
- la misurazione dell'efficacia dei diversi **media di comunicazione** e delle politiche promo-pubblicitarie;
- le modalità di formazione del **prezzo** dei prodotti/marche/punti di vendita;
- il funzionamento dei **mercati agricoli** e dei beni alimentari;
- le **politiche economiche europee** nell'ambito dei mercati alimentari;
- i principi della **educazione alimentare** e di economia della qualità;
- la realizzazione delle politiche di **merchandising**, di shopper marketing e di marketing esperienziale;
- la gestione delle **relazioni negoziali** e

contrattuali nei rapporti di fornitura tra produttori e distributori;

- i processi di formalizzazione e gestione delle relazioni commerciali nei **mercati internazionali**.

Per formare le suddette competenze nella laurea magistrale in Food Marketing e Strategie Commerciali si seguirà un percorso didattico basato su una forte integrazione tra teoria e prassi manageriale.

Metodologia didattica

Nell'ambito del corso di laurea magistrale in Food Marketing e Strategie Commerciali le attività formative verranno realizzate attraverso l'utilizzo combinato di diversi strumenti didattici.

In particolare:

- lezioni frontali interattive
- lavori di gruppo finalizzati a preparare gli studenti alle attività di team work
- lezioni manageriali/imprenditoriali da parte di importanti operatori aziendali
- esercitazioni operative di problem solving
- business game/case histories
- project work

L'obiettivo è quello di favorire il confronto e l'**integrazione tra la teoria e la prassi aziendale**.

A tal fine nei diversi insegnamenti sono previste specifiche iniziative di sperimentazione e di innovazione didattica con il coinvolgimento attivo degli studenti e di importanti realtà aziendali nazionali ed internazionali con le quali i docenti del corso di laurea magistrale in Food Marketing e Strategie Commerciali hanno consolidato forti relazioni di collaborazione.

Laboratori di marketing applicato

Nell'ambito della laurea magistrale in Food Marketing e Strategie Commerciali sono attivi dei Laboratori di Marketing applicato su tematiche specifiche di grande interesse ed attualità per chi vuole entrare in contesti manageriali e di impresa. Questi laboratori di marketing applicato saranno realizzati in stretta collaborazione con **manager, imprenditori ed operatori professionali** che nell'ambito del proprio

contesto lavorativo hanno maturato esperienze di eccellenza e distintive che possono essere trasferite nell'ambito di progetti di didattica interattiva e sperimentale.

La partecipazione degli studenti a questi Laboratori di Marketing applicato è facoltativa in modo da favorire un coinvolgimento selettivo che riguarda solo persone motivate ed interessate ai contenuti dei Laboratori stessi.

I principali Laboratori di Marketing Applicato attivati sono relativi a:

- Tecniche di Negoziazione commerciale
- Start-up management (nuovi modelli di impresa)
- Social Media Marketing e Brand Reputation
- Nuovi modelli di comunicazione.

Centro di Ricerca REM Lab

Presso l'Università Cattolica di Piacenza è operativo un importante centro di ricerca su Retailing e Marketing (REM Lab) che collabora con alcune delle più importanti realtà aziendali nazionali ed internazionali. La presenza di questa realtà rappresenta un importante valore aggiunto per la Laurea Magistrale in Food Marketing e Strategie Commerciali in quanto permette di trasferire rapidamente nella didattica i risultati della attività di ricerca consentendo una forte coerenza tra i contenuti degli insegnamenti e i temi di maggiore attualità nel marketing e nel management.

Le visite aziendali

Negli ultimi anni sono state organizzate diverse occasioni di visita alle aziende ed ai siti produttivi in modo da favorire una migliore comprensione delle realtà imprenditoriali ed un maggior contatto con la business community. Le ultime visite realizzate sono state in Barilla, Bonduelle, Campari, Danone, Ferrero, Finiper, Fontanafreda, l'Oréal, Lavazza, Lindt, etc.

Marketing Student Lab

Nell'ambito della laurea magistrale in Food Marketing e Strategie Commerciali dell'Università Cattolica di Piacenza è stato attivato il Marketing Student Lab (MSL) a cui gli studenti possono aderire su base volontaria.

Il Marketing Student Lab si propone di:

- coinvolgere gli studenti in **incontri di dibattito e confronto con manager ed imprenditori**;
- stimolare i migliori studenti a svolgere un'**attività di studio e di ricerca su temi di attualità** in collaborazione con le imprese partner;
- favorire l'ingresso dei laureati della laurea magistrale nel mondo del lavoro attraverso un servizio di raccolta e di **segnalazione dei curricula** alle imprese;
- organizzare **giornate di incontro tra laureati/laureandi e imprese** finalizzate al reclutamento professionale;
- proporre la partecipazione a **premi di marketing** sia universitari sia aziendali;
- stimolare la partecipazione a **convegni nazionali ed internazionali** sui temi del marketing e del sales management;
- promuovere occasioni di incontro periodiche tra gli studenti della laurea magistrale e i laureati della stessa.

Nell'ambito del Marketing Student Lab gli studenti sono stati coinvolti, su base volontaria, alla organizzazione ed alla realizzazione di eventi presso l'Università Cattolica di Piacenza. Meritano di essere ricordati:

- le Convention dell'Orientamento.
- le Cene di Natale dell'Università Cattolica.
- gli incontri con personaggi del mondo della cultura, dello spettacolo e dello sport.

Piani di studio

Il piano di studi della laurea magistrale in Food Marketing e Strategie Commerciali ha l'obiettivo di favorire un percorso di crescita personale degli studenti finalizzato a maturare in modo graduale tutte quelle competenze e capacità che sono richieste dalle imprese industriali, commerciali e di servizi operanti nell'ambito dei settori del Largo Consumo Confezionato.

Primo anno	CFU
Scenari macroeconomici per il management	6
Strategie di internazionalizzazione - <i>Modulo</i> Management internazionale (6 Cfu) - <i>Modulo</i> Diritto della negoziazione internazionale (4 Cfu)	10
Retail marketing	8
Politiche di trade marketing e canali di vendita	8
Economia e politica agro-alimentare - <i>Modulo</i> Filiere e sistema agro-alimentare (6 Cfu) - <i>Modulo</i> Politiche agro-alimentari europee (6 Cfu)	12
Ricerche di marketing - <i>Modulo</i> Shopper & Consumer Behaviour (6 Cfu) - <i>Modulo</i> Statistiche per il marketing (6 Cfu)	12
Analisi di bilancio e sistemi di controllo aziendale	6
Secondo anno	CFU
Economia della qualità e della sicurezza - <i>Modulo</i> Certificazione di prodotto e di processo (5 Cfu) - <i>Modulo</i> Qualità e mercati agro-alimentari (5 Cfu)	10
Brand Management - <i>Modulo</i> Politiche di branding (6 Cfu) - <i>Modulo</i> Diritto dei marchi e della concorrenza (6 Cfu)	12
Internet marketing e politiche di comunicazione	5
English for food marketing	5
Esami a scelta* oppure Stage	8
Tesi	18

Nota:

* Ferma restando la possibilità dello studente di scegliere qualsiasi insegnamento attivato presso l'Ateneo, purchè compatibile con il percorso formativo, la Facoltà suggerisce di completare il piano studi scegliendo fra gli insegnamenti elencati:

- Cultura e etica del cibo (4 Cfu)
- Data management (Mutuato da Economia) (4 Cfu)

Business case aziendali

Nella laurea magistrale in Food Marketing e Strategie Commerciali viene proposta agli studenti la possibilità di “mettersi alla prova” partecipando a diversi business case/progetti aziendali con l'obiettivo di confrontarsi con il management di importanti realtà d'impresa.

Tra gli altri nell'ultimo anno sono stati organizzati business game con Ferrero, Bonduelle, Star, Danone, Carrefour, l'Oréal, Lindt, Nestlé, Henkel, Esselunga, Barilla, Heineken, Carlsberg, Aldi, Coop Italia, Conad, Calzedonia, Veronesi-Aia, Adidas, etc...

Faculty manageriale

Nell'ambito degli insegnamenti della didattica della laurea magistrale in Food Marketing e Strategie Commerciali viene sviluppato un approccio didattico di forte integrazione tra teoria e prassi aziendale.

A tal fine gli studenti hanno la possibilità di avere come docenti anche importanti manager operanti nell'ambito di imprese nazionali ed internazionali. Per citarne solo alcuni, nell'ultimo anno i docenti della laurea magistrale in Food Marketing e Strategie Commerciali hanno coinvolto, come docenti, i manager/esperti riportati di seguito:

- Giorgio Baldini, Direttore Acquisti Freschi, ESSELUNGA
- Valentina Barone, Unit Manager PROCTER & GAMBLE
- Evita Barra, Direttore Retail e Marketing Channel MICROSOFT Italia
- Maurizio Bassani, Direttore Vendite PARMALAT
- Paolo Capotosto, Direttore Vendite FERRERO
- Pietro Casella, Presidente FORMEC BIFFI
- Lorenzo Comaschi, Direttore Commerciale MIELE ITALIA
- Daniele Cobianchi, CEO MCCANN
- Barbara Donelli, Direttore Marketing, EXPERT
- Davide Colombano, Customer Manager FERRERO
- Oscar Farinetti, Presidente e Fondatore EATALY
- Cosimo Laserra, Direttore Vendite MARS
- Stefano Belletto, Marketing Manager AMAZON
- Frederico Gentil Lopes de Mendonça, Responsabile Acquisti Drogheria ESSELUNGA
- Andrea Guaraldo, Direttore Risorse Umane

- L'ORÉAL
- Angelo Massaro, CEO IR
- Barbara Luongo, Brand Manager CALZEDONIA
- Guido Martuscelli, Direttore Trade Marketing UNILEVER
- Roberto Montorfano, Direttore Vendite ROVAGNATI
- Francesco Morace, Presidente Future Concept Lab
- Giuseppe Morici, CEO BOLTON
- Maurizio Moscatelli, Direttore Commerciale PARMAREGGIO
- Andrea Nasi, Direttore Risorse Umane MONDELEZ-KRAFT
- Andrea Neri, Direttore Marketing CAMPARI
- Alberto Noè, Presidente SHISEIDO ITALIA
- Fabrizio Pellegrini, Direttore Trade Marketing, BARILLA
- Marco Piantanida, Direttore Generale HARI.BO
- Sante Popolizio, Direttore Vendite BUITONI-NESTLÉ
- Paola Scarpa, Client Solution GOOGLE
- Giorgio Santambrogio, Amministratore Delegato GRUPPO VÈGÈ
- Tiziano Tassi, Managing Director CAFFEINA
- Marco Titi, Marketing Director Gruppo UNIEURO
- Federica Usberti, Capo Area HEINEKEN
- Fabrizio Viacava, Digital Marketing e E-commerce HOGAN
- Marco Zanchi, Direttore Marketing NESTLÉ Divisione Gelati
- Giuseppe Zuliani, Direttore Marketing e Comunicazione CONAD
- Paola Zuzzaro, Category Manager BEIERSDORF

Prospettive occupazionali

I laureati della laurea magistrale in Food Marketing e Strategie Commerciali sono destinati a ricoprire **responsabilità manageriali in differenti e numerosi ruoli aziendali** oltre che in **diversi contesti settoriali e di mercato**.

Fra questi, i settori ed i ruoli più significativi sono:

Settori di attività

- Imprese industriali
- Imprese commerciali
- Imprese agricole
- Società di consulenza
- Agenzie pubblicitarie
- Società ricerche di mercato
- Data provider
- Organi di vigilanza
- Aziende Pubbliche
- Aziende Non profit
- Aziende Editoriali
- E-marketing

Principali ruoli di sbocco occupazionale

- Marketing Manager
- Trade Marketing Manager
- Sales Manager
- Media Marketing

Manager • Merchandising Manager • Channel Manager • Category Manager • Field Manager • Customer Service Manager • Public Relation Manager • Key Account Manager • Brand Manager • Buyer • Export Manager • Store Manager • Digital Manager • E-commerce manager • Dottore Commercialista

In generale le competenze maturate nella laurea magistrale in Food Marketing e Strategie Commerciali possono aprire favorevoli prospettive occupazionali in vari contesti lavorativi: dalle imprese industriali a quelle commerciali, dalle società di consulenza alle agenzie pubblicitarie e promozionali, dalle realtà aziendali multinazionali a quelle di medio-piccole dimensioni, dalle società di ricerche di mercato alle società di data provider, dalle associazioni imprenditoriali di categoria ai contesti editoriali e giornalistici.

Modalità di accesso

Per accedere al corso di laurea magistrale in **Food Marketing e Strategie Commerciali** è necessario possedere uno dei seguenti requisiti:

- una laurea triennale (ex D.M. 270/04 o ex D.M. 509/99) conseguita o da conseguire entro il 31 marzo 2024 afferente alla classe di laurea:
 - L-18 Scienze dell'economia e della gestione aziendale (ex D.M. 270/04 o classe 17 ex D.M. 509/99);
 - L-25 Scienze e tecnologie agrarie e forestali (ex D.M. 270/04 o classe 20 ex D.M. 509/99);

- L-26 Scienze e tecnologie agro-alimentari (ex D.M. 270/04 o classe 20 ex D.M. 509/99);
- L-33 Scienze economiche (ex D.M. 270/04 o classe 28 ex D.M. 509/99).
- L-Gastr Scienze, culture e politiche della gastronomia

- una qualsiasi laurea triennale (ex D.M. 270/04 o ex D.M. 509/99) conseguita o da conseguire entro il 31 marzo 2024 e almeno 40 Cfù nel piano di studi della laurea triennale, o come corsi singoli superati, nei seguenti settori scientifico-disciplinari:

- INF/01 • ING-IND/16 • ING-IND/17
- ING-IND/25 • ING-IND/35 • ING-INF/05
- IUS/01 • IUS/04 • IUS/05 • IUS/07
- IUS/08 • IUS/09 • IUS/10 • IUS/12
- IUS/13 • IUS/14 • MAT/02 • MAT/03
- MAT/05 • MAT/06 • MAT/08 • MAT/09
- M-PED/01 • M-PSI/01 • M-PSI/04
- M-PSI/05 • M-PSI/06 • M-STO/04
- SECS-P/01 • SECS-P/02 • SECS-P/03
- SECS-P/04 • SECS-P/05 • SECS-P/06
- SECS-P/07 • SECS-P/08 • SECS-P/09
- SECS-P/10 • SECS-P/11 • SECS-P/12
- SECS-S/01 • SECS-S/02 • SECS-S/03
- SECS-S/05 • SECS-S/06 • SPS/04
- SPS/07 • SPS/08 • SPS/09 • SPS/10

di cui almeno 20 cfù in:

- SECS-P/01 • SECS-P/02 • SECS-P/03
- SECS-P/04 • SECS-P/05 • SECS-P/06
- SECS-P/07 • SECS-P/08 • SECS-P/09
- SECS-P/10 • SECS-P/11 • SECS-P/12
- SPS/04 • SPS/08



Le lauree di vecchio ordinamento, i diplomi universitari o i diplomi triennali conseguiti presso scuole dirette a fini speciali o Lauree specialistiche/magistrali a ciclo unico o Lauree legalmente riconosciute parificate a Lauree triennali saranno valutate caso per caso.

Possono mancare fino a 10 CFU tra quelli richiesti. Il coordinatore del corso di laurea si riserva di valutare che nei programmi del corso siano stati svolti i contenuti didattici richiesti ed eventualmente di definire un piano studi ad hoc. I candidati ricevono un'adeguata comunicazione.

Colloquio di ammissione

Il corso di laurea magistrale in Food Marketing e Strategie Commerciali è a numero programmato (100 posti) ed i posti saranno assegnati in ordine cronologico fino ad esaurimento. L'iscrizione ai colloqui avverrà in due fasi. La prima fase è riservata a coloro che hanno ottenuto una media ponderata dei voti $\geq 24/30$. Nella seconda fase l'iscrizione ai colloqui è consentita

a tutti i candidati fino ad esaurimento posti.

I laureandi possono candidarsi a condizione che abbiano conseguito 110 Cfu nella prima fase o 125 Cfu nella seconda fase all'atto dell'iscrizione al colloquio.

I candidati, in possesso dei requisiti curriculari, dovranno sostenere un colloquio. Il colloquio si propone di verificare le motivazioni individuali di scelta, i risultati conseguiti e le attività formative svolte nel corso di laurea triennale. Le date dei colloqui verranno definite con cadenza settimanale/bisettimanale fino ad esaurimento dei posti disponibili. I candidati che non abbiano conseguito la laurea in Università Cattolica saranno tenuti a condividere in occasione del colloquio di ammissione i programmi dei corsi seguiti nell'ambito della laurea triennale. Le date e le modalità di iscrizione al colloquio sono riportate sulle procedure di ammissione pubblicate sul sito di Facoltà.

Le informazioni fornite nella presente sezione sono indicative e si raccomanda di fare riferimento alle procedure di ammissione pubblicate nel sito della Facoltà.

Contatti

- **Sebastiano Grandi**, professore ordinario di Shopper & Consumer Behaviour e coordinatore LM in Food Marketing e Strategie Commerciali
@mail: sebastiano.grandi@unicatt.it
 - **Paola Fiori**, Segreteria di Presidenza
@mail: paola.fiori@unicatt.it
Tel: 0523 599 301
-

Gestione d'azienda

La laurea magistrale in **Gestione d'azienda** ha l'obiettivo di formare profili distintivi in grado di affrontare efficacemente le nuove e mutevoli sfide professionali. Si articola su tre differenti profili di studio: **General Management, Consulenza e Governance e Sostenibilità**, caratterizzati dalla necessità di creare competenze mirate e specifiche in modo tale da consentire un inserimento rapido e proficuo nel mondo del lavoro in coerenza con il proprio orientamento professionale

Ogni profilo è infatti progettato per mettere lo studente nella condizione di poter scegliere gli insegnamenti più coerenti con i propri interessi, contribuendo a formare competenze avanzate in linea con i migliori standard universitari nazionali e internazionali e garantendo sbocchi lavorativi in diversi e numerosi contesti settoriali e produttivi.

Nell'ambito dei diversi corsi di insegnamento è prevista l'adozione di didattica interattiva e orientata a coinvolgere direttamente gli studenti nei processi formativi. A tal proposito sono previsti lavori di gruppo, discussioni di casi aziendali, project work, testimonianze imprenditoriali e manageriali, mirati a favorire lo sviluppo e il consolidamento di competenze tecniche e professionali (**hard skills**) così come personali e interpersonali (**soft skills**).

I diversi profili di studio della laurea in **Gestione d'azienda** vantano un consolidato e forte rapporto di collaborazione con realtà aziendali nazionali ed internazionali, tale da permettere una significativa attività sia di stage durante gli studi (in Italia e all'estero), sia di placement post-laurea.



Profilo General Management

I manager del ventunesimo secolo sono alte professionalità portatrici di approfondite competenze specialistiche e trasversali che consentono di gestire le aziende in contesti di forte turbolenza e di competizione globale. Essi fondano la propria azione manageriale su una visione integrata e sistemica del funzionamento dell'azienda e sono chiamati ad assumere decisioni secondo un approccio interfunzionale ai problemi gestionali.

Coerentemente con le esigenze del mercato del lavoro e con le condizioni di contesto la specializzazione in **General Management** approfondisce pertanto le **problematiche del governo di sistemi aziendali** operanti in contesti globali sempre più complessi e competitivi, e quindi fortemente sollecitati in termini di efficaci e tempestive risposte al cambiamento.

Il profilo consente l'acquisizione di competenze avanzate finalizzate alla **direzione aziendale**, attraverso l'approfondimento delle discipline relative a **tutte le funzioni aziendali** e degli strumenti per un'adeguata indagine e conoscenza dell'ambiente economico e giuridico in cui il sistema impresa opera.

Particolare attenzione è dedicata alle **piccole e medie imprese** che costituiscono il tessuto produttivo del nostro Paese e alle **imprese di servizi**, che assumono un ruolo centrale in tutti i sistemi economici sviluppati. Il percorso fornisce inoltre un'adeguata strumentazione per coloro che intendono sviluppare la propria **vocazione imprenditoriale** e decidono di fondare e guidare una nuova impresa.

Obiettivi formativi

General Management si propone di sviluppare le seguenti competenze, conoscenze e abilità:

- le **conoscenze specialistiche** relative ai **processi di governo, di gestione, di organizzazione** nei vari tipi di aziende e di aggregati interaziendali;
- una **visione sistemica** dei fenomeni

economici, sociali, giuridici, culturali e tecnologici in linea con le evoluzioni recenti, le istanze di cambiamento, la **prospettiva internazionale** nelle aziende di diverse dimensioni;

- l'acquisizione di **modelli e strumenti avanzati**, anche quantitativi, per la gestione dei processi decisionali nelle diverse funzioni aziendali;
- un solido approfondimento delle **logiche della gestione manageriale** (efficienza, economicità, flessibilità, sostenibilità);
- le capacità di **comunicazione, di lavoro in team**, di apprendimento, di iniziativa e di **leadership**, di gestione dei conflitti, di sviluppo dei processi di cambiamento ed innovazione aziendale;
- l'utilizzo fluente, in forma scritta e orale, di due lingue dell'Unione Europea, con particolare riferimento al lessico disciplinare.

Il piano studi favorisce una preparazione di carattere multidisciplinare attraverso l'acquisizione di una visione sistematica ed organica dell'azienda, la padronanza di strumenti matematico-statistici, dei principi e degli istituti dell'ordinamento giuridico nazionale ed internazionale. Il profilo prevede, quale momento formativo fondamentale, uno **stage aziendale** obbligatorio che consente di:

- **ampliare il patrimonio di competenze** fornite dal profilo di formazione universitaria con saperi professionali acquisibili esclusivamente in ambito lavorativo;
- **facilitare le scelte professionali** dello studente mediante una **diretta esperienza** nel mondo del lavoro.

Metodologia didattica

Il corso prevede insegnamenti aggiornati e qualificati, approfondimenti su tematiche di grande attualità, svolgimento di attività funzionali a valorizzare il collegamento della didattica con la ricerca, per esempio attraverso attività seminariali, workshop e conferenze.

L'impostazione metodologica, fondata su una ricca varietà di approcci innovativi, pone lo studente al centro dell'esperienza formativa.

Classi composte da un numero limitato di studenti e caratterizzate da un rapporto più diretto con i docenti favoriscono l'adozione di una metodologia di tipo interattivo che prevede, oltre alle lezioni frontali:

- la discussione individuale e in gruppo di case studies per sviluppare le capacità di problem solving e decision making;
- l'organizzazione di testimonianze cross function che consentono di analizzare concrete problematiche aziendali secondo la prospettiva di differenti approcci disciplinari e integrando la visione delle diverse funzioni aziendali;
- l'osservazione diretta dei processi aziendali attraverso l'organizzazione di factory tour;
- la partecipazione a "dinner meeting", momenti di confronto informale con manager e imprenditori, che facilitano l'orientamento verso una specifica carriera professionale.

Il corso offre inoltre ampie opportunità di scambio internazionale.

Business Plan

Per sviluppare competenze finalizzate a:

- creare una nuova impresa, partendo da una semplice idea iniziale (business idea);
- articolare progetti imprenditoriali pianificandone la fase di start up;
- progettare soluzioni innovative per specifiche tematiche funzionali

Si propone agli studenti di partecipare ad un'esercitazione di taglio molto concreto che si sostanzia nella redazione di un business plan. Il lavoro svolto in gruppi è esaminato e valutato anche da una giuria di imprenditori e manager.

Coaching

Per facilitare un proficuo inserimento nel mondo lavorativo il percorso di General Management offre l'opportunità ai singoli studenti

di un colloquio individuale con un **Mental Coach** accreditato ICF (International Coach Federation) finalizzato a fornire indicazioni di orientamento professionale e supporto nell'individuazione degli obiettivi professionali e nella costruzione di un percorso personalizzato per realizzarli. Il riferimento per l'organizzazione di queste attività è la prof. Roberta Virtuani (roberta.virtuani@unicatt.it).

My Mentor!

Carattere di particolare innovatività nella proposta di servizi integrativi della didattica riveste il progetto **MyMentor!**, inizialmente sviluppato all'interno di questo percorso formativo e successivamente esteso anche ad altri profili e corsi di laurea dell'Ateneo. Esso consente a ciascun studente di interagire individualmente durante un semestre con un **mentor** (manager, consulente o imprenditore), disposto a guidarlo nella comprensione delle dinamiche del mondo del lavoro e nella progettazione dei primi passi del percorso professionale.

Il percorso **Orientamentee** accompagna i partecipanti al progetto nell'acquisizione di una maggiore consapevolezza delle proprie attitudini ed inclinazioni professionali, fino alla realizzazione di un autonomo bilancio delle proprie competenze.

Sbocchi professionali

Il profilo di studio magistrale in **General Management** fornisce una formazione di livello avanzato per l'assunzione di responsabilità direttive e gestionali o posizioni qualificate di natura specialistica in diversi contesti organizzativi e differenti funzioni aziendali (amministrazione e finanza, pianificazione e controllo, marketing strategico, organizzazione, human resource management, supply chain management) nonché per lo sviluppo di attività imprenditoriali.

Offrendo un percorso di avvicinamento al mondo del lavoro attraverso il confronto costante e sistematico con professionisti qualifi-

cati e certificati che offrono servizi di “coaching” e “mentoring”, il profilo consente il proficuo e soddisfacente inserimento dei laureati in:

- imprese industriali e di servizi di varia dimensione, operanti a livello locale o globale, ed in particolare in settori innovativi dell'economia;
- aziende di famiglia;
- aziende ed amministrazioni pubbliche;
- società di consulenza direzionale;
- centri di ricerca e di alta formazione manageriale.

Il network degli Alumni

Attivato dall'a.a. 2004-2005 il profilo di General Management vanta un **importante network di Alumni**, inseriti con ruoli di rilevante responsabilità all'interno di qualificate aziende nazionali e multinazionali, che collaborano attivamente alla realizzazione di numerose iniziative didattiche, rafforzando il collegamento della proposta formativa con il mondo del lavoro.

Modalità di accesso

Sono titoli di ammissione quelli previsti dalle vigenti disposizioni di legge.

Vengono ammessi i candidati in possesso di una laurea conseguita in una delle seguenti classi di cui al D.M. 270/2004 (ovvero nelle corrispondenti classi previste dal previgente D.M. 509/1999): classe L-18 (Scienze dell'economia e della gestione aziendale) o L-33 (Scienze economiche) o L-14 (Scienze dei servizi giuridici).

Vengono inoltre ammessi i candidati in possesso di una qualsiasi laurea conseguita in una delle classi di cui al D.M. 270/2004 (ovvero nelle corrispondenti classi previste dal previgente D.M. 509/1999) e che abbiano acquisito nel loro precedente percorso formativo **almeno 60 Cfu** nei seguenti **settori scientifico-disciplinari**:

- INF/01 ● ING-INF/05 ● ING-IND/16
- ING-IND/17 ● ING-IND/35 ● IUS/01
- IUS/04 ● IUS/07 ● IUS/08 ● IUS/09

- IUS/10 ● IUS/12 ● IUS/13 ● IUS/14
 - L-LIN/12 ● MAT/02 ● MAT/03 ● MAT/05
 - MAT/09 ● SECS-P/01 ● SECS-P/02
 - SECS-P/03 ● SECS-P/07 ● SECS-P/08
 - SECS-P/09 ● SECS-P/10 ● SECS-P/11
 - SECS-P/12 ● SECS-S/01 ● SECS-S/02
 - SECS-S/03 ● SECS-S/05 ● SECS-S/06
 - SPS/07 ● SPS/08 ● SPS/09 ● SPS/10
- di cui:

- **almeno 20 Cfu** nei seguenti settori scientifico disciplinari: ● SECS-P/07 ● SECS-P/08 ● SECS-P/09 ● SECS-P/10 ● SECS-P/11 ● ING-IND/16 ● ING-IND/17 ● ING-IND/35;
- **fino a un massimo di 40 Cfu** nei seguenti settori scientifico disciplinari: ● SECS-P/01 ● SECS-P/02 ● SECS-P/03;
- **fino a un massimo di 30 Cfu** nei seguenti settori scientifico disciplinari: ● SECS-S/01 ● SECS-S/02 ● SECS-S/03 ● SECS-S/05 ● SECS-S/06 ● MAT/02 ● MAT/03 ● MAT/05 ● MAT/09;
- **fino a un massimo di 20 Cfu** nei seguenti settori scientifico disciplinari: ● INF/01 ● ING-INF/05 ● L-LIN/12 ● SPS/07 ● SPS/08 ● SPS/09 ● SPS/10 ● SECS-P/12;
- **fino a un massimo di 20 Cfu** nei seguenti settori scientifico disciplinari: ● IUS/01 ● IUS/04 ● IUS/07 ● IUS/08 ● IUS/09 ● IUS/10 ● IUS/12 ● IUS/13 ● IUS/14.

Possono mancare fino a 12 CFU tra quelli richiesti ai punti 2,3,4 e 5.

Colloquio di ammissione

I candidati, in possesso dei requisiti curriculari dovranno sostenere un colloquio che si propone di verificare le motivazioni individuali di scelta, i risultati conseguiti e le attività formative svolte nel corso di laurea triennale. L'iscrizione ai colloqui avverrà in due fasi. La prima fase è riservata a coloro che hanno ottenuto una media ponderata dei voti $\geq 24/30$. Nella seconda fase l'iscrizione ai colloqui è consentita a tutti i candidati fino ad

esaurimento posti.

I laureandi possono candidarsi a condizione che abbiano conseguito 110 cfu nella prima fase o 125 cfu nella seconda fase all'atto dell'iscrizione al colloquio.

L'accesso al profilo di laurea magistrale in General Management è condizionato al **numero di posti programmato per il corso (80 posti)**: i posti saranno assegnati in ordine cronologico CON COLLOQUIO fino ad esaurimento delle disponibilità.

Piani di studio

I piani di studio qui pubblicati potranno subire modifiche; quelli di riferimento ufficiale saranno presentati nella Guida specifica di Facoltà.

Per una conoscenza più approfondita ed aggiornata delle attività realizzate nell'ambito del profilo di General Management si consiglia di visualizzare la pagina dedicata al profilo sul sito internet.

Contatti

- **Elena Zuffada**, professore ordinario di Economia aziendale
@mail: elena.zuffada@unicatt.it
 - **Franca Cantoni**, professore associato di Organizzazione aziendale
@mail: franca.cantoni@unicatt.it
 - **Paola Fiori**, Segreteria di Presidenza
@mail: paola.fiori@unicatt.it
Tel: 0523 599 301
-

Primo anno		CFU
Analisi finanziaria e finanza d'impresa - <i>Modulo</i> Analisi finanziaria (5 CfU) - <i>Modulo</i> Finanza d'impresa (5 CfU)		10
Imprenditorialità		5
Diritto del lavoro avanzato (mutua da Giurisprudenza)		6
Sistemi informativi aziendali avanzato		5
Metodi quantitativi per le decisioni aziendali		6
Politica economica avanzata - <i>Modulo</i> Politica economica europea per la sostenibilità (6 CfU) - <i>Modulo</i> Politiche per l'impresa e la digitalizzazione (6 CfU)		12
Service Management - <i>Modulo</i> Economia e gestione delle imprese di servizi (corso avanzato) (5 CfU) - <i>Modulo</i> Gestione strategica dei servizi pubblici (5 CfU)		10
Lingua inglese (Business English II)		3
Content e digital marketing		4
Insegnamenti a scelta**		5
Secondo anno		CFU
Gestione delle risorse umane		5
Management delle PMI		5
Strategia e controllo strategico avanzati - <i>Modulo</i> Corporate strategy (5 CfU) - <i>Modulo</i> Controllo strategico (5 CfU)		10
Seconda lingua avanzata a scelta tra: - Advanced Business English II* - Lingua francese (avanzato) - Lingua tedesca (avanzato) - Lingua spagnola (avanzato)		2
Stage		7
Insegnamenti a scelta**		5
Tesi di laurea		20

Note:

* Obbligatorio per gli studenti che non hanno mai studiato la seconda lingua.

** Ferma restando la possibilità dello studente di scegliere qualsiasi insegnamento attivato presso l'Ateneo, purché compatibile con il percorso formativo, la Facoltà suggerisce di completare il piano studi scegliendo fra gli insegnamenti elencati:

- Bilancio consolidato (5 CfU)
- Management dei processi logistici*** (5 CfU)
- Internet marketing e politiche di comunicazione (mutua da interfacoltà) (5 CfU)
- Data management*** (5 CfU)
- Diritto e gestione degli enti ecclesiastici (IUS/11) (mutua da Giurisprudenza) (5 CfU)
- Diritto della crisi di impresa (5 CfU)
- Economia della crisi di impresa (5 CfU)
- Diritto della crisi di impresa (propedeutico)

*** Fortemente consigliati

Profilo Consulenza e Governance

Obiettivi formativi

Il profilo di studio magistrale in Consulenza e Governance si propone di soddisfare i bisogni di formazione di una figura professionale sempre più richiesta dal mondo economico: quella del consulente d'impresa, interno all'azienda o libero professionista. Con questo obiettivo, il percorso di studi offre:

- un'avanzata preparazione nel campo del diritto tributario, del diritto commerciale e delle tecniche contabili e di revisione;
- una visione integrata delle conoscenze metodologiche, scientifiche e professionali relative alle suddette aree;
- la capacità di applicare le conoscenze di cui sopra in casi concreti.

Convenzione con l'Ordine dei Dottori Commercialisti

In tale prospettiva, è stata stipulata una Convenzione con l'Ordine dei Dottori Commercialisti, la quale permette agli studenti interessati ad accedere alla libera professione di Dottore Commercialista ed a quella di Revisore Legale dei conti, qualora siano soddisfatti i requisiti di accesso posti dalla stessa, (i) di vedersi riconosciuto il periodo di tirocinio svolto nel corso dell'ultimo anno accademico quale tirocinio professionale propedeutico al sostenimento dell'Esame di Stato per l'esercizio della professione e (ii) di sostenere solo due delle tre prove scritte ordinariamente previste per detto Esame.

Il mercato di riferimento e gli sbocchi professionali

Il profilo è rivolto a laureati triennali, con una forte motivazione a crescere professionalmente ed interessati ad intraprendere percorsi di carriera quali la professione di:

- Responsabile fiscale nelle aziende multinazionali e di medio grandi dimensioni
- Consulente d'impresa
- Consulente nella gestione di grandi patrimoni (wealth management) in particolare, ma non esclusivamente, con un focus in diritto tributario.
- Dottore Commercialista

- Revisore Legale dei Conti
- Consulente del Lavoro

I possibili sbocchi professionali sono costituiti da tutti i contesti professionali nei quali è richiesta un'approfondita conoscenza del diritto tributario, del diritto commerciale e delle tecniche contabili e di revisione, con particolare riferimento a realtà caratterizzate da livelli di eccellenza e di internazionalizzazione:

- studi professionali (Dottori Commercialisti; studi associati legali-tributari);
- società di revisione e consulenza
- altre società, con specifico riguardo al dipartimento contabile, fiscale, o legale;
- amministrazione finanziaria;
- organizzazioni internazionali.

Tirocinio e stage

Il periodo di tirocinio, previsto per il profilo in convenzione, costituisce un'imperdibile opportunità di inserimento professionale a livello di eccellenza. Negli ultimi anni agli studenti è stata offerta la possibilità di svolgere l'attività di tirocinio presso alcuni dei più importanti studi professionali d'Italia, ovvero presso società di revisione e consulenza, ove anticipare i primi sei mesi di pratica professionale propedeutici al sostenimento dell'Esame di Stato per l'abilitazione all'esercizio della libera professione di Dottore commercialista.

L'arricchimento del percorso formativo attraverso l'esperienza di stage, per il profilo non in convenzione, risulta essenziale per l'acquisizione di competenze professionali. Diverse multinazionali e imprese del made in Italy ospitano ogni anno gli studenti del corso Consulenza e Governance.

Nella maggior parte dei casi, gli studenti sono stati confermati al termine del periodo di tirocinio o di stage, così intraprendendo una collaborazione che è proseguita una volta completato il percorso di studi.

La dimensione internazionale

Il profilo di studio magistrale in Consulenza e Governance attribuisce una grande rilevanza all'aspetto internazionale della formazione

degli studenti e della loro futura attività professionale.

Tale attenzione per i profili internazionali si manifesta in diversi aspetti caratterizzanti:

- presenza di un insegnamento specificamente dedicato ai profili internazionali del diritto tributario
- ampio impiego di materiale accademico di matrice internazionale e in lingua inglese
- possibilità di stage extra-curriculare all'estero (ad esempio presso la Commissione europea e l'IBFD) di Amsterdam
- possibilità di svolgere presso università o centri di ricerca esteri una parte della ricerca finalizzata alla stesura dell'elaborato di tesi.

Le testimonianze degli Alumni

Sul sito Internet dell'Università sono pubblicate le testimonianze di alcuni ex studenti del profilo in Consulenza e Governance che documentano percorsi, sbocchi ed esperienze vissute.

Modalità di accesso

Profilo in convenzione

Per accedere al profilo in Consulenza e Governance (in convenzione) del corso di laurea magistrale in Gestione d'azienda è **necessario possedere** uno i seguenti **requisiti curriculari**:

- una **laurea triennale** (ex D.M. 270/04 o ex D.M. 509/99) conseguita o da conseguire entro il **31 marzo 2024** afferente alla classe di laurea:
 - L-18 Scienze dell'economia e della gestione aziendale (ex D.M. 270/04 o classe 17 ex D.M. 509/99);
 - L-33 Scienze economiche (ex D.M. 270/04 o classe 28 ex D.M. 509/99).
- almeno **39 Cfu** nel piano di studi della laurea triennale nei seguenti settori scientifico-disciplinari:
 - 24 fu in SECS-P/07;
 - 15 Cfu in SECS-P/08, SECS-P/09, SECS-P/10, SECS-P/11.

Tenuto conto di quanto richiesto in termini di competenze dall'apposita convenzione UC -

Ordini dei Commercialisti, i docenti coordinatori si riservano di valutare al fine dell'ammissione, i singoli curricula studiorum dei candidati al fine di attribuire eventuali esami soprannumerari.

Profilo non in convenzione

Per accedere al profilo in Consulenza e Governance (non in convenzione) del corso di laurea magistrale in Gestione d'azienda è **necessario possedere** uno dei seguenti **requisiti curriculari**:

- una **laurea triennale** (ex D.M. 270/04 o ex D.M. 509/99) conseguita o da conseguire entro il **31 marzo 2024** afferente alla classe di laurea:
 - L-18 Scienze dell'economia e della gestione aziendale (ex D.M. 270/04 o classe 17 ex D.M. 509/99);
 - L-33 Scienze economiche (ex D.M. 270/04 o classe 28 ex D.M. 509/99);
 - L-14 Scienze dei servizi giuridici (ex D.M. 270/04 o classe 31 ex D.M. 509/99).
- una **qualsiasi laurea triennale** (ex D.M. 270/04 o ex D.M. 509/99) conseguita o da conseguire entro il **31 marzo 2024** e almeno **60 Cfu** nel piano di studi della laurea triennale, o come singoli corsi superati, nei seguenti settori scientifico-disciplinari: INF/01, ING-INF/05, ING-IND/16, ING-IND/17, ING-IND/35, IUS/01, IUS/04, IUS/07, IUS/08, IUS/09, IUS/10, IUS/12, IUS/13, IUS/14, L-LIN/12, MAT/02, MAT/03, MAT/05, MAT/09, SECS-P/01, SECS-P/02, SECS-P/03, SECS-P/07, SECS-P/08, SECS-P/09, SECS-P/10, SECS-P/11, SECS-P/12, SECS-S/01, SECS-S/02, SECS-S/03, SECS-S/05, SECS-S/06, SPS/07, SPS/08, SPS/09, SPS/10 di cui:
 - 1) almeno 20 Cfu in: SECS-P/07, SECS-P/08, SECS-P/09, SECS-P/10, SECS-P/11, ING-IND/16, ING-IND/17, ING-IND/35;
 - 2) fino ad un massimo di 40 Cfu in: SECS-P/01, SECS-P/02, SECS-P/03;
 - 3) fino ad un massimo di 30 CFU in:

SECS-S/01, SECS-S/02, SECS-S/03, SECS-S/05, SECS-S/06, MAT/02, MAT/03, MAT/05, MAT/09;

- 4) fino ad un massimo di 20 Cfu in: INF/01, ING-INF/05, L-LIN/12, SPS/07, SPS/08, SPS/09, SPS/10, SECS- P/12;
- 5) fino ad un massimo di 20 Cfu in: IUS/01, IUS/04, IUS/07, IUS/08, IUS/09, IUS/10, IUS /12, IUS /13, IUS/14.

Possono mancare fino a 12 Cfu tra quelli richiesti ai punti 2, 3, 4 e 5.

Il coordinatore del corso di laurea si riserva di valutare che nei programmi del corso siano stati svolti i contenuti didattici richiesti ed eventualmente di definire un piano studi ad hoc. I candidati ricevono un'adeguata comunicazione.

Il piano di studi dei candidati in possesso di una laurea vecchio ordinamento o di diploma universitario di durata triennale o diploma conseguito presso Scuole dirette a fini speciali di durata triennale di ordinamenti pre D.M. 509/99 o laurea specialistica/magistrale a ciclo unico di ordinamenti post D.M. 509/99 - D.M. 270/04 è valutato da un'apposita Commissione nominata dalla Facoltà.

Colloquio di ammissione

L'accesso al profilo di laurea magistrale in Consulenza e Governance è condizionato al numero di posti programmato (40 posti).

L'iscrizione ai colloqui avverrà in due fasi. La prima fase è riservata a coloro che hanno ottenuto una media ponderata dei voti \geq

24/30. Nella seconda fase l'iscrizione ai colloqui è consentita a tutti i candidati fino ad esaurimento posti.

I laureandi possono candidarsi a condizione che abbiano conseguito 110 Cfu nella prima fase o 125 Cfu nella seconda fase, all'atto dell'iscrizione al colloquio.

I candidati, in possesso dei requisiti curriculari, dovranno sostenere un colloquio motivazionale.

My Mentor!

Carattere di particolare innovatività nella proposta di servizi integrativi della didattica riveste il progetto **MyMentor!** che consente a **ciascun studente** di interagire durante un semestre con un **mentor individuale** (professionista o consulente), disposto a guidarlo nella **comprensione delle dinamiche del mondo della professione e nella progettazione dei primi passi del percorso professionale**.

Il percorso accompagna i partecipanti al progetto nell'acquisizione di una maggiore consapevolezza delle proprie attitudini ed inclinazioni professionali, fino alla realizzazione di un autonomo bilancio delle proprie competenze.

Piani di studio

Il piano studi si sviluppa attorno all'idea di garantire agli studenti un piano di apprendimento progressivo e sistematico delle materie caratterizzanti il profilo.

I piani di studio qui pubblicati potranno subire modifiche; quelli di riferimento ufficiale saranno presentati nella Guida specifica di Facoltà.

Contatti

- **Claudio Frigeni**, professore ordinario di Diritto commerciale
@mail: claudio.frigeni@unicatt.it
- **Paola Fiori**, Segreteria di Presidenza
@mail: paola.fiori@unicatt.it
Tel: 0523 599 301

Primo anno		CFU
Analisi finanziaria e finanza d'impresa - Modulo Analisi finanziaria (5 Cfu) - Modulo Finanza d'impresa (5 Cfu)		10
Diritto tributario dell'impresa - Modulo L'imposta sul reddito della società (3 Cfu) - Modulo L'imposta sul valore aggiunto (3 Cfu) - Modulo La fiscalità delle operazioni straordinarie e dei gruppi d'impresa (3 Cfu)		9
Diritto tributario internazionale comparato oppure Contratti di finanziamento bancari		5
Governance delle PMI		6
Gestione della crisi d'impresa - Modulo Diritto della crisi di impresa (5 Cfu) - Modulo Economia della crisi d'impresa (5 Cfu)		10
Statistica per l'azienda		6
Politica economica avanzata - Modulo Politica economica europea per la sostenibilità (6 Cfu) - Modulo Politiche per l'impresa e la digitalizzazione (6 Cfu)		12
Operazioni straordinarie		5
Lingua inglese (Business English II)		3
Secondo anno		CFU
Bilancio consolidato e principi contabili internazionali - Modulo Bilancio consolidato (5 Cfu) - Modulo Principi contabili internazionali (5 Cfu)		10
Revisione legale dei conti		5
Seconda lingua avanzata a scelta tra: - Advanced Business English II* - Lingua francese (avanzato) - Lingua tedesca (avanzato) - Lingua spagnola (avanzato)		2
Tirocinio		7
Insegnamenti a scelta		10
Tesi		20

Solo gli studenti in possesso dei seguenti requisiti possono beneficiare dell'esonero dalla prima prova d'esame di Stato per l'accesso alla Sezione A dell'Albo dei dottori commercialisti e degli esperti contabili e svolgere un tirocinio professionale semestrale in concomitanza con l'ultimo anno del corso di studio:

1. laurea triennale afferente a una delle classi:

- L-18 Scienze dell'economia e della gestione aziendale (ex D.M. 270/04 o classe 17 ex D.M. 509/99);
- L-33 Scienze economiche (ex D.M. 270/04 o classe 28 ex D.M. 509/99);

2. almeno 39 CFU nei settori scientifico-disciplinari:

- 24 CFU in SECS-P/07;
- 15 CFU in SECS-P/08, SECS-P/09, SECS-P/10, SECS-P/11

Note:

* Obbligatorio per gli studenti che non hanno mai studiato la seconda lingua

Profilo Sostenibilità

Lo scorso 8 febbraio 2022 nella **Costituzione Italiana** sono entrati i temi dello sviluppo sostenibile per cui ai principi fondamentali della Repubblica Italiana, si è aggiunta "la tutela dell'ambiente, della biodiversità e degli ecosistemi, anche nell'interesse delle future generazioni" (art.9), mentre nell'art. 41 si prevede che l'iniziativa economica non possa svolgersi "in modo da recare danno alla salute e all'ambiente" e che debba essere indirizzata e coordinata anche "a fini ambientali", oltre ai già previsti fini sociali". Questa importante novità segue l'impulso **dell'European Green Deal** del 2019 e dell'**Action Plan della Finanza Sostenibile** del 2018 da parte dell'Unione Europea e, prima ancora, quello significativo impresso dalla **Global Reporting Initiative** nel 1997 con il coinvolgimento attivo delle Nazioni Unite.

Oggi le imprese sono davanti alla prospettiva concreta di una radicale modifica dei paradigmi produttivi di riferimento e devono concretamente confrontarsi con la necessità di informare alla sostenibilità il proprio approccio strategico, inserendo gli orientamenti ESG nelle proprie pratiche produttive e dotandosi di tutti quegli strumenti necessari per poter interagire adeguatamente con il mercato finale, con quello della propria catena di fornitura e con i mercati finanziari, oltre che con i regolatori e gli standard-setter, al fine di mantenere elevata la propria competitività.

Obiettivi formativi

- Le conoscenze specialistiche relative ai processi di governo, di gestione, di organizzazione nelle aziende in ottica di sostenibilità;
- La capacità di cogliere, nel contesto competitivo internazionale e nel contesto regolatorio di riferimento, la necessità dell'adozione esplicita di pratiche di sostenibilità e l'integrazione dei processi aziendali con i modelli avanzati di economia circolare;
- La capacità di dotarsi di strumenti tecnici di misurazione delle performance aziendali e dei processi decisionali fondati anche su evolute analisi dei dati;
- Il rafforzamento della capacità di rendicontazione delle performance aziendali in

ottica di sostenibilità, inclusa la capacità di certificarsi in ottica ESG;

- La capacità di comunicazione, lavoro in team, di apprendimento, di iniziativa e di leadership, con particolare riferimento alla innovazione delle aziende verso la cultura della sostenibilità;
- L'utilizzo fluente, in forma scritta e orale, di due lingue dell'Unione Europea, con particolare riferimento al lessico disciplinare.

Il profilo **Sostenibilità della Laurea Magistrale in Gestione d'azienda** integra quindi le conoscenze e le competenze tipiche della direzione aziendale, con l'approfondimento di tutte le discipline relative a tutte le funzioni aziendali e di quelle discipline economiche e giuridiche che consentono di descrivere adeguatamente il sistema all'interno del quale l'impresa opera. Questo obiettivo è realizzato con una specifica attenzione ai temi della **rendicontazione di sostenibilità**, della **creazione del valore nelle imprese e nelle filiere sostenibili**, al **rating ESG**, al **marketing per la sostenibilità**, ai modelli di economia circolare, ai temi dell'etica aziendale ed al diritto della sostenibilità.

Il profilo prevede uno **stage curriculare aziendale** obbligatorio finalizzato a rafforzare le competenze con una concreta esperienza aziendale ed avviare il percorso di inserimento nel mercato del lavoro.

Metodologia didattica

Il corso prevede il continuo aggiornamento dei contenuti metodologici di base con i temi che derivano dal processo di adeguamento delle pratiche produttive, manageriali, di rendicontazione, di gestione finanziaria, di analisi economica e giuridica alle continue novità in atto sul fronte della sostenibilità in ottica ESG.

Si proporrà un approccio didattico che coniuga robuste conoscenze di base con la capacità di discutere casi aziendali, di risolvere problemi manageriali e produrre soluzioni attraverso esperienze di lavori di gruppo, discussioni e confronti con il mondo aziendale. Si genererà un rapporto diretto e proficuo tra studenti e docenti finalizzato ad implementare pratiche didattiche avanzate e moderne basate sull'interazione.

Le esperienze di confronto saranno irrobustite dalla presenza di testimonianze di managers, consulenti ed esperti che renderanno possibile un approccio laboratoriale alla didattica. Inoltre gli studenti interagiranno fattivamente con i centri di ricerca specializzati in sostenibilità della sede.

Network Sostenibilità

La nascita di questo nuovo profilo formativo permetterà di realizzare un **progetto di networking** con imprese, istituzioni, think tank, associazioni che si occupano a vario livello di sostenibilità. Questo progetto si concretizzerà nella realizzazione graduale di una rete professionale che coinvolge gli studenti della Laurea Triennale in Management per la Sostenibilità e del profilo Sostenibilità della Laurea Magistrale in Gestione d'azienda ed è finalizzata a promuovere occasioni di interazione e confronto finalizzati ad un irrobustimento delle competenze ed allo sviluppo di proficue collaborazioni con i principali soggetti che promuovono in Italia ed in Europa pratiche di sostenibilità all'interno delle aziende.

Sbocchi professionali

Il corso metterà a disposizione opportunità finalizzate a costruire il proprio percorso professionale già durante il periodo degli studi attraverso lo stage aziendale ed attraverso percorsi personalizzati di orientamento come quelli legati al progetto di sede **MyMentor**. Il progetto MyMentor affianca un mentor (manager, consulente, professionista, imprenditore) ad ogni studente al fine di comprendere l'approccio più adeguato al fine di accostarsi alle dinamiche proprio del mondo del lavoro.

Il profilo Sostenibilità inoltre fornisce una formazione di livello avanzato per l'assunzione di posizioni qualificate, anche di carattere direttivo e gestionale, in diversi contesti e funzioni aziendali con una specifica connotazione connessa ai temi della sostenibilità nelle loro diverse manifestazioni all'interno dei processi di gestione aziendale.

Il profilo è costruito per l'inserimento in imprese industriali e di servizi di varia dimensione, in amministrazioni pubbliche, in società di consulenza direzionale, in centri di ricerca e di alta formazione manageriale. Un'attenzione particolare sarà concentrata nella promozione

di contatti con le aziende che sono immediatamente coinvolte dai processi di modifica normativa in tema di reporting e di adattamento delle loro funzioni aziendali alle esigenze che emergono dalle direttive europee in tema di sviluppo sostenibile, in particolare connesse alla regolazione finanziaria.

Modalità di accesso

Sono titoli di ammissione quelli previsti dalle vigenti disposizioni di legge.

Vengono ammessi i candidati in possesso di una laurea conseguita in una delle seguenti classi di cui al D.M. 270/2004 (ovvero nelle corrispondenti classi previste dal previgente D.M. 509/1999): classe L-18 (Scienze dell'economia e della gestione aziendale) o L-33 (Scienze economiche) o L-14 (Scienze dei servizi giuridici).

Vengono inoltre ammessi i candidati in possesso di una qualsiasi laurea conseguita in una delle classi di cui al D.M. 270/2004 (ovvero nelle corrispondenti classi previste dal previgente D.M. 509/1999) e che abbiano acquisito nel loro precedente percorso formativo **almeno 60 Cfu** nei seguenti **settori scientifico-disciplinari**:

- INF/01 • ING-INF/05 • ING-IND/16
- ING-IND/17 • ING-IND/35 • IUS/01
- IUS/04 • IUS/07 • IUS/08 • IUS/09
- IUS/10 • IUS/12 • IUS/13 • IUS/14
- L-LIN/12 • MAT/02 • MAT/03 • MAT/05
- MAT/09 • SECS-P/01 • SECS-P/02
- SECS-P/03 • SECS-P/07 • SECS-P/08
- SECS-P/09 • SECS-P/10 • SECS-P/11
- SECS-P/12 • SECS-S/01 • SECS-S/02
- SECS-S/03 • SECS-S/05 • SECS-S/06
- SPS/07 • SPS/08 • SPS/09 • SPS/10

di cui:

- **almeno 20 Cfu** nei seguenti settori scientifico disciplinari: • SECS-P/07 • SECS-P/08 • SECS-P/09 • SECS-P/10 • SECS-P/11 • ING-IND/16 • ING-IND/17 • ING-IND/35;
- **fino a un massimo di 40 Cfu** nei seguenti settori scientifico disciplinari: • SECS-P/01 • SECS-P/02 • SECS-P/03;
- **fino a un massimo di 30 Cfu** nei

seguenti settori scientifico disciplinari:

- SECS-S/01 • SECS-S/02 • SECS-S/03
- SECS-S/05 • SECS-S/06 • MAT/02
- MAT/03 • MAT/05 • MAT/09;
- **fino a un massimo di 20 Cfu** nei seguenti settori scientifico disciplinari:
 - INF/01 • ING-INF/05 • L-LIN/12
 - SPS/07 • SPS/08 • SPS/09 • SPS/10 • SECS- P/12;
- **fino a un massimo di 20 Cfu** nei seguenti settori scientifico disciplinari:
 - IUS/01 • IUS/04 • IUS/07 • IUS/08
 - IUS/09 • IUS/10 • IUS /12 • IUS /13
 - IUS/14.

Possono mancare fino a 12 CFU tra quelli richiesti ai punti 2,3,4 e 5.

Colloquio di ammissione

I candidati, in possesso dei requisiti curriculari dovranno sostenere un colloquio che si propone di verificare le motivazioni individuali di scelta, i risultati conseguiti e le attività formative svolte nel corso di laurea triennale. L'iscrizione ai colloqui avverrà in due fasi. La prima fase è riservata a coloro che hanno

ottenuto una media ponderata dei voti \geq 24/30. Nella seconda fase l'iscrizione ai colloqui è consentita a tutti i candidati fino ad esaurimento posti.

I laureandi possono candidarsi a condizione che abbiano conseguito 110 cfu nella prima fase o 125 cfu nella seconda fase all'atto dell'iscrizione al colloquio.

L'accesso al profilo Sostenibilità è condizionato al **numero di posti programmato per il corso (30 posti)**: i posti saranno assegnati in ordine cronologico CON COLLOQUIO fino ad esaurimento delle disponibilità.

Piani di studio

Il piano studi si sviluppa attorno all'idea di garantire agli studenti un piano di apprendimento progressivo e sistematico delle materie caratterizzanti il profilo.

I piani di studio qui pubblicati potranno subire modifiche; quelli di riferimento ufficiale saranno presentati nella Guida specifica di Facoltà.

Contatti

- **Francesco Timpano**, professore ordinario di Politica Economica
@mail: francescotimpano@unicatt.it
- **Riccardo Torelli**, ricercatore di Economia Aziendale
@mail: riccardo.torelli2@unicatt.it
- **Paola Fiori**, Segreteria di Presidenza
@mail: paola.fiori@unicatt.it
Tel 0523 599 301

Primo anno	CFU
Responsabilità socio-ambientale ed etica aziendale	6
Sviluppo e gestione delle filiere sostenibili	6
Gestione delle risorse umane	6
Analisi finanziaria	6
Metodi quantitativi per le decisioni aziendali	6
Economia e politica della sostenibilità - <i>Modulo</i> Politica economica europea per la sostenibilità (6 Cfu) - <i>Modulo</i> Economia circolare (6 Cfu)	12
Gestione strategica dei servizi pubblici	6
Lingua inglese (Business English II)	3
Insegnamenti a scelta**	5

Secondo anno	CFU
Misurazione e rendicontazione delle performance di sostenibilità	8
Finanza sostenibile, mercati finanziari e rating ESG - <i>Modulo</i> Finanza sostenibile mercati finanziari (5 Cfu) - <i>Modulo</i> Rating ESG (3 Cfu)	8
Diritto della sostenibilità - <i>Modulo</i> Governance e sostenibilità (4 Cfu) - <i>Modulo</i> Diritto ambientale (4 Cfu)	8
Marketing della sostenibilità e comunicazione digitale	6
Stage	7
Tesi di laurea	20
Seconda lingua avanzata a scelta tra: - Advanced Business English II * - Lingua francese (avanzato) - Lingua tedesca (avanzato) - Lingua spagnola (avanzato)	2
Insegnamenti a scelta**	5

Note:

* Obbligatorio per gli studenti che non hanno mai studiato la seconda lingua.

** Ferma restando la possibilità dello studente di scegliere qualsiasi insegnamento attivato presso l'Ateneo, purché compatibile con il percorso formativo, la Facoltà suggerisce di completare il piano studi scegliendo fra gli insegnamenti elencati:

- Life cycle assessment (5 Cfu)***
- Valutazione dell'impatto sociale (5 Cfu)
- Data management (5 Cfu)

*** Fortemente consigliato

Master of Science in Global Business Management

Erogata in lingua inglese

About

The Master of Science in Global Business Management is the most international program offered by the Faculty of Economics and Law at the Piacenza Campus.

It is the result of years of experience both in teaching and in researching also within the IPBS (International Network of Business Schools) Network.

The International Partnership of Business Schools (IPBS) is a consortium of leading business schools in Europe, USA and Latin America. The partner schools are located in Dublin (Ireland), Lancaster (United Kingdom), Madrid (Spain), Reims/Rouen (France), Reutlingen (Germany), Piacenza (Italy), Raleigh (NC, USA), Puebla (Mexico) and São Paulo (Brazil). The Master of Science in Global Business Management aims at addressing the most innovative managerial topics on international business, on doing business in foreign countries, on international competitiveness, on merging and acquisition, of performance measurement and management and on sustainability management.

Companies tend to employ graduates with the following skills:

- acquire awareness of international issues and settings
- work and study experience within multinational working groups
- ability to analyze global markets
- ability to conceive and deal with the

management of major or significant projects

The Global Business Management program aims to endow students with the listed skills so as to enable them to quickly adapt to an international environment, whilst understanding the dynamics, and knowing how to effectively identify solutions to managerial problems in such settings.

Learning objectives

The curriculum presents two types of courses: subjects relating to the managerial disciplines (strategy, HRM, accounting), and subjects relating to business issues and problems typically associated with the processes of internationalization of firms and the understanding of economic issues (managerial economics, financial reporting and performance measurement, business and government relations). This is done to balance traditional knowledge of management with the specialization and the development of specific internationalization-oriented skills. In addition, the program also includes courses that intend to develop the capability to work in different social and cultural contexts and to review, develop and implement the issues that typically arise when firms go global.

Learning Process

The Master of Science in Global Business Management is designed to match the most effective learning process of Business Schools: case studies, work groups, assignments will part of the curriculum.

The MSc in Global Business Management has to be considered a learning organization where the students are asked to be actively involved in the process, debating managerial issues and interacting with the professors and with peers. A true international class with students coming from different countries, different cultures, with different backgrounds and expertizes will make

the difference adding value to the participants. From a learning goal point of view the MSc in Global Business Management is designed to stimulate the students and get familiar with the work environment testing the decision that managers have to take and the issues companies have to face daily.

Curriculum

Curricula published here could be subject to change; the final ones will be published in the official faculty guide.



First Year	ECTS
Strategy and International Business - <i>Module</i> Corporate Strategy (5 Ects) - <i>Module</i> International Business (5 Ects)	10
International economics	5
Sustainability management	5
Managerial Economics - <i>Module</i> Competitive Behavior (5 Ects) - <i>Module</i> Advanced Economics Scenarios analysis (5 Ects)	10
Performance measurement and controlling - <i>Module 1</i> International Financial Reporting (5 Ects) - <i>Module 2</i> Performance Measurement and Incentives (5 Ects)	10
International affairs - <i>Module 1</i> Business Government Relations (4 Ects) - <i>Module 2</i> International Corporate Taxation and Tax Planning (6 Ects)	10
Corporate Finance	5
Internship	6
Second Year	ECTS
International Human Resource Management	5
Intercultural Marketing - <i>Module</i> International marketing & customer experience management (5 Ects) - <i>Module</i> Sociology of Consumer Behavior (5 Ects)	10
Business Ethics	5
Business Analytics	6
Elective courses*	15
Thesis	18

Notes:

* Students must choose three of the following courses:

- Mergers and Acquisitions (Advanced International Business) (5 Ects)
- Global Challenges & Impacts (5 Ects)
- Data Science and Management (5 Ects)
- Supply chain management (5 Ects)
- Financial markets and institutions (5 Ects)
- Sociology in digital disruption era (5 Ects)
- Entrepreneurship (5 Ects)

The Faculty

The Faculty of the Master of Science in Global Business Management is international with visiting professors, with resident faculty members and also with guest speakers.

The result is a true combination of academics and practitioners that allow the students to take advantage of the best of the both worlds.

Career opportunities & Professional recognition

Graduates from the Global Business Management program are exposed to a wide range of career opportunities.

Graduates will have both the technical knowledge and the methodological tools suited to pursue professional and managerial careers in large multinational and domestically owned corporations, SMEs and international institutions such as the World Trade Organization, the International Monetary Fund, the World Bank and the European Commission and the European Parliament. Yet their learning of abilities of how to deal with international and multicultural issues should also enable them to work within smaller companies, where flexibility and the ability to adapt comes first.

Graduates from the program are given the unique opportunity to take advantage of the interaction with guest speakers coming from the most innovative business models.

The MSc in Global Business Management will open many job opportunities at managerial level nationally and internationally.

Entry requirements

Graduate requirements:

- You need to hold an undergraduate degree, obtained after a minimum of 3 years of study (180 ECTS) and in a subject which is relevant to the chosen degree course. If you've undertaken less than 15 years of total schooling, you may not be eligible for admission to a graduate program.
- the degree has to be issued by a higher

education institution which is accredited or recognized in the awarding country;

- Cattolica will evaluate your academic and personal back- ground and decide if you meet the specific conditions for admission to the graduate degree of your choice .

Language requirements:

English language proficiency

(Only applicable to degree courses taught in English). For applicants whose first language is not English they will need to either:

- Have a TOEFL iBT overall score of at least 85 or
- an Academic IELTS overall score of at least 6.5 (Other language certificates • may be accepted; full list available at ucscinternational.it) or;
- Have successfully completed a degree program taught in the English language.

Cattolica's TOEFL institution code is 2605.

Italian Students (In Italian so to better present the prerequisites requested by the Ministry of Education)

Conoscenze richieste per l'accesso

(DM 270/04, art 6, comma 1 e 2)

Vengono ammessi i candidati in possesso di una laurea conseguita in una delle seguenti classi di cui al D.M. 270/2004: L-18 e L-33, ovvero nelle corrispondenti classi previste dal previgente D.M. 509/1999.

Possono inoltre accedere i candidati in possesso di una qualsiasi laurea triennale ex D.M. 270/2004 o D.M. 509/1999 nel cui curriculum risultino previsti almeno 60 Cfu nei seguenti settori scientifico disciplinari:

- almeno 20 Cfu in: SECS-P/07, SECS-P/08, SECS-P/09, SECS-P/10, SECS-P/11
- fino a un massimo di 40 Cfu in: SECS-P/01, SECS-P/02
- fino a un massimo di 30 CFU in: SECS-S/01, SECS-S/02, SECS-S/03, SECS-S/05, SECS-S/06, MAT/02, MAT/03
- fino a un massimo di 20 Cfu in: AGR/01, INF/ 01, ING-INF/05, L-LIN/12, SPS/07, SPS/08, SPS/09, SPS/10, SECS- P/12
- fino a un massimo di 20 Cfu in: IUS/01,

IUS/04, IUS/07, IUS/08, IUS/09, IUS/10, IUS/12, IUS/13, IUS/14

L'iscrizione ai colloqui avverrà in due fasi. La prima fase è riservata a coloro che hanno ottenuto una media ponderata dei voti $\geq 24/30$. Nella seconda fase l'iscrizione ai colloqui è consentita a tutti i candidati fino ad esaurimento posti.

I laureandi possono candidarsi a condizione che abbiano conseguito 110 Cfu nella prima fase o 125 Cfu nella seconda fase) all'atto dell'iscrizione al colloquio.

Il regolamento didattico del corso di laurea magistrale determina le modalità di verifica del possesso dei requisiti curriculari richiesti, ivi compresa la conoscenza fluente della lingua inglese (almeno livello B2), e dell'adeguatezza della personale preparazione (a titolo esemplificativo: test, colloqui, ecc.). Con riferimento alla necessaria conoscenza della lingua inglese, la verifica di adeguatezza della personale preparazione prevede una verifica preliminare delle competenze linguistiche o una certificazione della conoscenza della lingua inglese riconosciuta a livello internazionale almeno al livello B2.

(per info: emanuele.vendramini@unicatt.it).

Get in touch

- **Emanuele Vendramini**, Full Professor, MSc in Global Business Management
Director
@mail: emanuele.vendramini@unicatt.it
docenti.unicatt.it/eng/emanuele_antonio_vendramini
 - **Randolph Luca Bruno**, Associate Professor
@mail: randolphluca.bruno@unicatt.it
 - **Laura Zoni**, Full Professor
@mail: laura.zoni@unicatt.it
docenti.unicatt.it/eng/laura_zoni
 - **Paola Fiori**, Assistant to the Dean
@mail: paola.fiori@unicatt.it
+39 0523 599 301
-

Innovazione e imprenditorialità digitale

Sede di Cremona

Il corso di laurea magistrale in **Innovazione e imprenditorialità digitale** afferisce alla classe LM-77 (Scienze economico-aziendali). Il corso intende formare figure professionali sempre più richieste dal mercato del lavoro, a causa del forte sviluppo dell'Economia digitale: il *manager di progetti di innovazione (Innovation Manager)* nelle imprese digitali, l'*esperto di trasformazione digitale (Digital Transformation Expert)* e l'imprenditore digitale (Digital Entrepreneur), fondatore di start up innovative.

La prima caratteristica peculiare di questo corso di studi è la formazione di laureati magistrali nelle *aree del sapere necessarie per creare, gestire, sviluppare imprese nell'economia digitale*.

Una seconda caratteristica di questa LM è che gli studenti fin dal primo anno saranno coinvolti anche in un percorso costante di «learning by doing», grazie alla collaborazione organica con un pool di imprese innovative e del settore ICT che fin dal primo semestre offriranno ai partecipanti del corso una serie di attività integrative quali: workshop e seminari su temi tecnologici; project work (individuali e di gruppo); business game; mentoring da parte di manager e imprenditori; stage e microstage; hackathon e business challenge su problemi reali; possibilità di periodi di incubazione di idee e startup.

La collaborazione sistematica con le imprese permetterà agli studenti di sviluppare le soft skills necessarie per operare con efficacia nelle organizzazioni, così come quelle utili per fondare e guidare nuove intraprese.

Obiettivi formativi

Questa laurea intende preparare specialisti che opereranno in posizione di responsabilità all'interno di imprese innovative e digitali, assumendo funzioni di direzione e di sviluppo strategico, siano esse imprese già esistenti o di nuova costituzione.

Per raggiungere questo scopo, la formazione dei laureati magistrali si baserà sulla contaminazione dei saperi necessari per creare e gestire imprese digitali, combinandole attraverso due processi generativi: il processo dell'innovazione e il processo imprenditoriale. L'adozione di tali processi trasversali come driver dell'apprendimento sui saperi, unita alla provenienza degli studenti da corsi di laurea diversi (scientifici, tecnologici ed economici) e a una metodologia didattica basata su *project work*, laboratori, seminari, stage e attività di *mentoring* con le imprese, favorirà la formazione di figure professionali ibride, capaci di combinare competenze digitali, economico-finanziarie, giuridiche, umanistiche e *soft skill* trasversali.

Le *principali aree del sapere* incluse nell'ordinamento del corso di studi sono quelle di:

- Economia e management delle imprese innovative
- Finanza aziendale (con focus specifico sul finanziamento delle imprese innovative)
- Diritto commerciale e industriale
- Project management e gestione dell'innovazione
- Scienze umane (psicologia, sociologia, pedagogia) applicate a organizzazioni e media digitali
- Tecnologie dell'informazione e delle comunicazioni (ICT)

I *processi dell'innovazione* e dell'imprenditorialità sono gli attivatori della contaminazione tra queste distinte aree del sapere e verranno entrambi adottati, nel corso di studi, per permettere agli studenti di apprendere le conoscenze e metterle in pratica già durante i due anni del curriculum.

Per *innovazione*, in questo contesto, si intende la commercializzazione iniziale sul mercato di un'invenzione o di un'idea, sotto forma di nuovo prodotto o nuovo processo. Oggi il ciclo dell'innovazione ha subito un'accelerazione, soprattutto nell'Economia digitale. Affinché produca davvero valore all'innovatore, l'innovazione deve essere difesa, tutelata da possibili imitazioni dei concorrenti.

L'*imprenditorialità*, invece, è quel processo che permette di creare o cogliere un'opportunità e perseguirla, indipendentemente da quante risorse si abbiano a disposizione all'inizio. Il processo imprenditoriale parte dalla capacità di identificare un'opportunità di mercato (*Business opportunity*), richiede la formulazione di un'idea nuova di prodotto o d'impresa (*Business idea*), passa alla progettazione di un modello di impresa (*Business model*), per poi arrivare alla redazione di un piano di impresa (*Business plan*) su cui si fonda la possibilità concreta di produrre valore per il cliente in modo sostenibile nel tempo.

Metodologia didattica

Il numero contenuto di immatricolati previsto per questa laurea è in funzione di una didattica fortemente partecipativa, che privilegerà l'interazione in aula tra docenti e studenti e l'impiego sistematico di lavori di gruppo, *assignment* individuali, partecipazione a progetti ed esperienze dirette (nel campus e in azienda), volte a favorire anche processi di "*learning by doing*" degli studenti, affiancati da mentor aziendali e coordinati da tutor accademici.

Inoltre, parallelamente agli insegnamenti in aula, nel corso di entrambi gli anni della LM sono previste altre attività didattiche integrative in forma di laboratori e ore di lezione svolte con la partecipazione attiva di società di consulenza,

imprese dell'IT e aziende partner. Tali attività sono finalizzate a sviluppare negli studenti il *mind set*, le *soft skills* e il *background* culturale necessari a favorire un pensiero creativo e flessibile, interagendo in team e con organizzazioni aziendali.

Un percorso a fianco dei leader dell'innovazione

Il progetto formativo di questa laurea vede la partecipazione diretta delle imprese nell'esperienza dello studente. Attraverso apposite convenzioni, un pool di imprese leader dell'innovazione, di imprese dell'IT e di attori dell'ecosistema dell'innovazione e delle startup si impegnerà dando vita a una collaborazione stretta e costante con il corso di laurea.

Al momento sono già membri ufficiali del comitato di indirizzo di questo corso di laurea le seguenti imprese: Gruppo ARVEDI, Gruppo BOSCH, Agile Marketing Italia, Antares vision, APP Quality, C2 Corporate, C2 GROUP, COBOX, ComoNEXt, CRIT, Cyberoo, Digital Magics, Digital Technologies, Direct Channel, DuePer, Duferco Italia, Fabbricadigitale, GAMM System, IAG (Italian Angels for Growth), INCODE, IT IMPRESA, KLARNA, Le Village by CA di Milano e di Parma, Growens GROUP, MICRODATA GROUP, Net4Market, PRO WORLD STUDIO, REI Reindustria Innovazione, TRAKTI, VALUE GROUP, Xeo4 RILHEVA, URBAN HUB PIACENZA, WyLab. Altre imprese si stanno aggiungendo a questo primo nucleo.

Esse hanno contribuito attivamente alla progettazione della laurea, verificando che i contenuti dei corsi e il profilo professionale corrispondessero effettivamente ai bisogni del mercato. Le imprese partner sostengono il percorso con attività seminariali, tirocini, attività di mentoring e co-partecipazione ai progetti che realizzeranno gli studenti durante gli studi, così da apportare un contributo fattivo anche allo sviluppo delle soft-skills necessarie per l'ingresso nel mercato del lavoro del settore digitale. Anche grazie a loro, per alcuni studenti l'elaborato finale potrà prendere la forma anche di un vero e proprio progetto di start-up innovativa, con cui potranno realizzare una loro idea imprenditoriale nel settore ICT.

Laboratori di innovazione, visite sul campo e stage

Oltre alle attività didattiche ufficiali, durante il biennio agli studenti sono proposte diverse esperienze sul campo. Grazie alla collaborazione diretta delle aziende partner, infatti, è possibile prendere parte a progetti di test di prodotto, di pivoting su App o soluzioni informatiche, di raccolta e consolidamento di idee per lo sviluppo. Sono inoltre organizzate visite presso aziende innovative, parchi tecnologici, incubatori di startup, per conoscere casi aziendali eccellenti e sviluppare competenze concrete. Un elemento essenziale nella formazione degli studenti, infine, è lo stage finale, che può essere svolto presso le aziende partner o altre imprese (nazionali o internazionali) selezionate dallo studente.

Tra le aziende che hanno accolto in stage gli studenti segnaliamo Accenture, BIPConsulting, Copan, Deloitte Officine Innovazione, Excellence Innovation, iDigital, KPMG, PWC, VHIT.

My Mentor!

Anche questa laurea propone il programma MyMentor!

Esso consente a ciascun studente di interagire individualmente durante un semestre con un mentor (manager, consulente o imprenditore), disposto a guidarlo nella comprensione delle dinamiche del mondo del lavoro e nella progettazione dei primi passi del percorso professionale.

Il percorso accompagna i partecipanti al progetto nell'acquisizione di una maggiore consapevolezza delle proprie attitudini ed inclinazioni professionali, fino alla realizzazione di un autonomo bilancio delle proprie competenze.

Prospettive occupazionali

I tre profili professionali che la nuova LM-77 intende formare sono i seguenti:

Manager dell'innovazione (Innovation Manager)

Funzione in un contesto di lavoro

Sa creare nuovi prodotti, processi o modelli di business a contenuto digitale, capaci produrre

valore per i clienti. Gestisce quindi progetti complessi che vanno dall'identificazione di idee innovative fino alla loro realizzazione e commercializzazione sul mercato, anche coordinando il lavoro di team di progetto.

Competenze associate alla funzione

Conosce le principali tecnologie ICT, realizza e usa banche dati, e le applica ai processi aziendali e ai prodotti/servizi per il mercato. Ha competenze nell'identificazione e analisi dei bisogni dei clienti, competenze nei meccanismi per la tutela, anche legale, dell'innovazione; competenze nella gestione di processi creativi e di generazione di nuove idee, nonché nella gestione di progetti complessi per lo sviluppo e il lancio sul mercato di nuovi prodotti, processi o soluzioni, con attenzione anche alla sostenibilità ambientale e sociale. Ha anche competenze di budgeting e finanziarie.

Sbocchi occupazionali

Project manager in medie e grandi imprese del settore ICT, responsabile dello sviluppo e implementazione di progetti di innovazione interni all'azienda o realizzati promuovendo un network di relazione con soggetti esterni, secondo il modello della Open Innovation. Responsabile della funzione Ricerca e Sviluppo di imprese

Esperto in Digital Transformation (Digital Transformation Expert)

Funzione in un contesto di lavoro

Analizza i modelli di business di un'azienda target, di qualsiasi settore, e sa sviluppare e guidare progetti di digitalizzazione volti ad aumentare la competitività della stessa.

Competenze associate alla funzione

Analizzare i modelli di business delle imprese tradizionali e digitali; analizzare attività e processi delle singole funzioni e unità organizzative; sviluppare strategie di cambiamento organizzativo e tecnologico; pianificare e condurre progetti di implementazione di tecnologie digitali. Competenze di budgeting e finanziarie.

Sbocchi occupazionali

Project manager all'interno della funzione commerciale di società di servizi digitali alle imprese. Manager di progetti collettivi di trasformazione digitale delle imprese (ad esempio

rivolti a gruppi o reti di PMI) promossi o finanziati da enti pubblici o privati, anche nell'ambito di bandi pubblici finanziati o co-finanziati dall'UE, dal Governo, dalle Regioni o dalle Camere di commercio. Project manager per la digitalizzazione all'interno di enti della Pubblica Amministrazione.

Imprenditore digitale (Digital Entrepreneur)

Funzione in un contesto di lavoro

È capace di fondare una nuova impresa innovativa in campo digitale, da solo o in team, pianificandone la strategia, valutandone la sostenibilità, raccogliendo tutte le risorse necessarie per le attività aziendali (nelle varie fasi del suo ciclo di vita, ma specialmente in quelle di startup), e di guidarne poi lo sviluppo sul mercato.

Competenze associate alla funzione

Identificare opportunità di mercato; guidare processi creativi; avere visione; dare valore alle idee; pensare in modo etico e sostenibile; mobilitare risorse materiali, immateriali e finalizzarle a un risultato; fare analisi finanziarie ed economiche; esercitare la leadership di un gruppo; intraprendenza; capacità di affrontare contesti di incertezza e di imparare dall'esperienza.

Sbocchi occupazionali

Imprenditore di startup innovative. Membro del team di una startup. Consulente di startup innovative nell'ambito di incubatori o acceleratori d'impresa o enti che promuovono la nuova imprenditorialità. Analista presso intermediari finanziari che investono nell'ambito delle imprese innovative (es. fondi di Venture Capital).

Piano di studi

Il corso di studi prevede complessivamente 12 insegnamenti, inclusi due a scelta dello studente, e lo studio della lingua inglese. I corsi sono concentrati nei primi tre semestri, così che il secondo semestre del secondo anno possa essere dedicato allo stage in azienda (curricolare e obbligatorio) e alla prova finale, che potrà essere in forma di tesi oppure di un progetto di startup d'impresa innovativa.

Il piano di studi è composto per il **primo anno** da otto corsi obbligatori, finalizzati a:

1. comprendere chi è l'imprenditore (inclusi i suoi tratti psicologici tipici) e come si svolge il processo di creazione di una nuova impresa, dalla generazione di un'idea innovativa alla redazione di un piano d'impresa completo;
2. comprendere come progettare e gestire efficacemente l'esperienza del cliente attraverso i media digitali, imparando a usare i principali strumenti del marketing digitale;
3. conoscere i principi base della finanza aziendale, identificando il fabbisogno di capitale delle attività imprenditoriali, imparando a conoscere i mezzi con cui può essere coperto tale fabbisogno, i criteri con cui decidere in modo corretto gli investimenti e assicurare l'equilibrio finanziario dell'impresa;
4. conoscere gli attori e le dinamiche proprie dell'economia digitale e le principali politiche economiche pubbliche per l'innovazione;
5. conoscere i principi e le norme del diritto in tema di uso di Internet e di tutela dell'innovazione;
6. conoscere e apprezzare le diverse forme di finanziamento (equity e debito) a disposizione delle startup innovative e le modalità con cui gli investitori formali e informali decidono se e come conferire loro capitali, nei diversi stadi evolutivi dell'impresa;
7. acquisire le metodologie e le competenze statistiche di base per gestire banche dati aziendali;
8. conoscere le tecnologie digitali impiegate in ambito di digital transformation e di startup digitali.

Nel primo semestre del **secondo anno**, invece, attraverso tre insegnamenti comuni e obbligatori gli studenti impareranno a:

1. usare gli strumenti e le tecniche tipiche del *project management* e di *organizational design* per gestire progetti di innovazione nelle imprese;
2. comprendere le norme del diritto societario e le soluzioni giuridiche più idonee per scegliere la forma giuridica adeguata da dare a una startup innovativa, disegnare una governance efficace e adatta all'ingresso di soci investitori nelle diverse fasi del ciclo di vita

dell'impresa, regolare le relazioni tra i soci in modo da garantire la continuità dell'impresa ed evitare possibili situazioni conflittuali;

3. comprendere gli effetti della diffusione e dell'uso dei media digitali sui comportamenti sociali, sia di tipo relazionale che di consumo e a impiegare in modo corretto ed efficace i social media.

Inoltre, sempre nel primo semestre, gli studenti potranno caratterizzare il loro piano di studi scegliendo altri due insegnamenti in un paniere, alcuni a contenuto più sociale/umanistico altri più tecnico.

Il secondo semestre del secondo anno è invece dedicato prevalentemente al tirocinio (obbligatorio) e alla redazione della tesi, che può essere anche in forma di progetto di startup o di innovazione.

Modalità di accesso

Per accedere al corso di laurea è necessario possedere i seguenti requisiti:

A. una laurea triennale in una delle seguenti classi:

- L-8 Ingegneria dell'informazione;
- L-9 Ingegneria industriale;
- L-18 Scienze dell'economia e della gestione aziendale;
- L-30 Scienze e tecnologie fisiche;
- L-31 Scienze e tecnologie informatiche;
- L-33 Scienze economiche;
- L-35 Scienze matematiche.

B. E almeno 30 CFU nel piano di studi della laurea triennale, o come corsi singoli superati, tra i settori scientifico-disciplinari riportati di seguito:

1. almeno 16 CFU nel gruppo quantitativo statistico-matematico: SECS-S/01; SECS-S/02; SECS-S/03; SECS-S/05; MAT/02; MAT/03;

MAT/05; MAT/06; MAT/07; MAT/08; MAT/09; SECS-S/06.

2. almeno 14 CFU nel gruppo: IUS/01; IUS/04; SECS-P/01; SECS-P/02; SECS-P/03; SECS-P/05; SECS-P/06; SECS-P/07; SECS-P/08; SECS-P/09; SECS-P/10; SECS-P/11; ING-INF/05; ING-IND/35.

Ai candidati ai quali manchino fino a 15 CFU tra quelli richiesti ai punti 1 e 2 verrà assegnato un piano di recupero da assolvere entro i termini di immatricolazione previsti.

Colloquio di ammissione

Il corso di laurea magistrale in Innovazione e imprenditorialità digitale è a numero chiuso (massimo 70 posti); i posti verranno riservati in ordine cronologico di iscrizione a seguito di un colloquio di verifica dell'adeguatezza della preparazione personale teso ad accertare il possesso delle conoscenze e delle competenze basilari, con particolare riferimento agli ambiti disciplinari che caratterizzano la laurea magistrale.

Il colloquio viene effettuato, in modalità online, dal coordinatore del corso di laurea (o da un docente da lui delegato) che valuta la preparazione dei candidati attraverso un'attenta analisi del curriculum e assegna un eventuale piano di recupero. I candidati che ottengono il nullaosta a seguito del colloquio possono riservare il posto, in caso contrario non possono iscriversi al corso.

Contatti

- **Fabio Antoldi**, professore ordinario di Strategia aziendale e Imprenditorialità, coordinatore del corso
@mail: fabio.antoldi@unicatt.it
- **Francesco Timpano**, professore ordinario di Politica economica
@mail: francesco.timpano@unicatt.it

Primo anno	CFU
Imprenditorialità e business planning	12
Analisi finanziaria e finanza aziendale	6
Politiche per l'innovazione ed economia digitale - <i>Modulo</i> Politiche per l'innovazione (6 Cfu) - <i>Modulo</i> Economia digitale (6 Cfu)	12
Business analysis e soluzioni IT	10
Marketing digitale	6
Diritto di internet e tutela dell'innovazione	6
Finanza innovativa	6
Business data science	6
Laboratori di tecnologie informatiche	4
Secondo anno	CFU
Organizzare per l'innovazione	6
Diritto societario delle start-up innovative	6
Sociologia dei media digitali	6
Esami a scelta*	10
English for business and technology	4
Stage	5
Tesi	15

Note:

* Ferma restando la possibilità dello studente di scegliere qualsiasi insegnamento attivato presso l'Ateneo, purché compatibile con il percorso formativo, la Facoltà suggerisce di completare il piano studi scegliendo fra gli insegnamenti elencati: Design thinking e creatività (5 CFU), Data analytics e visualization (5 CFU), Sostenibilità e nuovi modelli di business (5 CFU), Multi-channel retail marketing (5 CFU), Food consumer psychology and market intelligence (5 CFU).

Corsi di Teologia

Nel piano di studio di ogni corso è prevista la frequenza ai corsi di Teologia per offrire una conoscenza motivata, ragionata e organica della fede cattolica.

Durante il biennio è previsto un corso semestrale di 30 ore in forma seminariale e/o monografica, su tematiche inerenti il curriculum frequentato, che si concluderà con una prova stabilita dal docente.

Crediti formativi

La durata della laurea magistrale è di ulteriori due anni dopo la laurea triennale.

Per il conseguimento della laurea magistrale si devono acquisire almeno 120 crediti formativi universitari. Ad ogni esame viene

attribuito un certo numero di crediti, uguale per tutti gli studenti e un voto (espresso in trentesimi) che varia a seconda del livello di preparazione. La prova finale viene espressa in centodecimi.

Costi e agevolazioni

L'importo dell'iscrizione è determinato sulla base del reddito familiare.

Ogni anno circa 3000 studenti, in base a requisiti di merito e condizioni economiche, vengono esonerati dal pagamento dei contributi universitari mentre 4.000 accedono a ulteriori agevolazioni finanziarie.

Gli studenti con invalidità certificata pari o superiore al 66% e gli studenti con riconoscimento di handicap ai sensi dell'art. 3, comma 1 della L 5 febbraio 1992 n. 104, hanno diritto all'esonero totale della tassa di iscrizione e dei

contributi universitari e saranno tenuti al versamento di € 100,00 all'atto dell'immatricolazione e per l'iscrizione ad ogni anno accademico successivo al primo. Per ottenere l'esonero i suddetti studenti dovranno presentare documentazione originale in corso di validità ai Servizi per l'Integrazione degli studenti con disabilità e con DSA della sede di riferimento. Sono inoltre previste tariffe agevolate per studenti fuori sede residenti nei collegi dell'Università Cattolica.

Il Campus

L'Università Cattolica a Piacenza è una realtà originale nell'universo degli atenei italiani, un autentico Campus universitario con strumenti didattici d'avanguardia, strutture residenziali, ampi spazi per lo studio, lo sport e la socia-

lizzazione e numerosi servizi per gli studenti tra cui Tutorato, Biblioteca, Servizio linguistico d'Ateneo, Relazioni Internazionali, Stage e placement, Collegio e mensa.

L'Orientamento in Università Cattolica

Tutti i campus organizzano una giornata, virtuale o in presenza, dedicata a coloro che sono interessati ad un percorso di laurea magistrale: gli **Open day** sono l'occasione per conoscere l'Ateneo e l'offerta dei corsi grazie alle presentazioni dei docenti, approfondire le modalità di ammissione e scoprire tutti i servizi offerti.

Inoltre, lo staff dell'Orientamento e gli studenti iscritti in Università Cattolica sono a disposizione per rispondere ad ogni curiosità sui corsi e sulle procedure di ammissione, ma anche per scoprire - attraverso colloqui individuali ed esperienze universitarie dirette - tutte le opportunità che l'Ateneo riserva ai propri studenti per poter valorizzare al meglio il proprio percorso di studi.

Per tutti i dettagli sui corsi di laurea e per le modalità e le procedure di iscrizione, visita la pagina <https://www.unicatt.it/ammissione/iscrizione/area-matricole-iscrizione-a-laurea-magistrale.html> o vieni a trovarci presso i nostri sportelli e agli appuntamenti previsti durante l'anno.



Sportello Orientamento

Puoi prenotare un colloquio informativo, da remoto o in presenza, attraverso questo link: <https://www.unicatt.it/ammissione/orientamento/fissiamo-un-incontro.html>

- **Piacenza - Via Emilia Parmense, 84**

Chiamaci: 800 954 459 se sei uno studente italiano - +39 02 7234 7234 se chiami dall'estero
Da lunedì a venerdì dalle 8 alle 19, il sabato dalle 9 alle 13

I servizi per gli studenti

Opportunità di crescita culturale, professionale, personale



Cattolica
International



Servizio linguistico
d'Ateneo



Libreria
e biblioteche



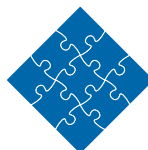
Aule
informatiche



Tutorato



Borse di studio, mense,
soluzioni abitative,
agevolazioni...



Servizi per l'integrazione
degli studenti
con disabilità e DSA



Stage
e placement



UNIVERSITÀ
CATTOLICA
del Sacro Cuore

Piacenza

Via Emilia Parmense, 84

Cremona

Via Stefano Leonida Bissolati, 74

www.unicatt.it