

Regolamento didattico del Corso di Laurea Magistrale in Innovation and Marketing (EM17)

Approvato dal Consiglio della Venice School of Management nella seduta del 17/07/2024
Emanato con Decreto rettorale n 835 del 29 luglio 2024.

Sommario

Regolamento didattico del Corso di Laurea Magistrale in Innovation and Marketing (EM17)	1
Titolo I – Informazioni generali	1
Art. 1 – Scopo del presente Regolamento	1
Art. 2 – Informazioni generali sul corso di studio	2
Titolo II – Obiettivi della Formazione	2
Art. 3 – Obiettivi formativi del corso	2
Art. 4 – Sbocchi occupazionali	3
Art. 5 – Requisiti di accesso	4
Art. 6 – Programmazione degli accessi	5
Titolo III – Organizzazione didattica	5
Art. 7 – Informazioni generali	5
Art. 8 – Curricula e percorsi	5
Art. 9 – Piani di studio	5
Art. 10 – Percorso di formazione	6
Art. 11 – Esami di profitto	7
Art. 12 – Prova finale e conseguimento del titolo	8
Art. 13 – Ulteriori disposizioni	9
Titolo IV – Disposizioni finali e transitorie	9
Art. 14 – Modifiche al presente Regolamento	9
Art. 15 – Efficacia del presente Regolamento	9

Titolo I – Informazioni generali

Art. 1 – Scopo del presente Regolamento

Il presente Regolamento, adottato ai sensi dell'art.12 del DM 22 ottobre 2004, n. 270 disciplina, in conformità ai Regolamenti e alle delibere degli organi di Ateneo, l'organizzazione didattica del Corso di Laurea magistrale in Innovation and Marketing, per quanto in esse non definito.

Art. 2 – Informazioni generali sul corso di studio

Denominazione: Innovation and Marketing

Classe: LM-77 – Scienze economico-aziendali

Codice interno: EM17

Struttura didattica di afferenza: Venice School of Management

Ultima modifica all'Ordinamento: 2023

Composizione del Collegio didattico e gruppo AQ del corso di studio: www.unive.it/cdl/em17 > Presentazione > Docenti e organi

Link alla pagina web del corso di studio: www.unive.it/cdl/em17

Link dove è reperibile il presente Regolamento: www.unive.it/cdl/em17 > Presentazione > Scheda del corso

Titolo II – Obiettivi della Formazione

Art. 3 – Obiettivi formativi del corso

Il corso di laurea magistrale in Innovation and Marketing si propone di formare laureate e laureati con un'approfondita conoscenza in ambito economico-aziendale, matematico-statistico e giuridico (propria delle lauree in classe LM-77), che permette loro di affrontare le problematiche aziendali nell'ottica integrata propria delle direzioni aziendali e della programmazione e gestione del cambiamento, con particolare riferimento alle problematiche legate all'innovazione e al marketing delle imprese private e pubbliche. Le conoscenze verranno acquisite anche tramite l'uso delle logiche e delle tecniche della formalizzazione quantitativa e della prospettiva internazionale e interculturale.

Il Cds permetterà inoltre di acquisire le metodologie, i saperi e le abilità necessarie a ricoprire posizioni di responsabilità nell'amministrazione e nel governo delle aziende, nonché a svolgere le libere professioni legate agli ambiti di marketing e innovazione e di essere in grado di utilizzare efficacemente, in forma scritta e orale, la lingua inglese, con riferimento anche al lessico tecnico.

Il corso di studio si propone, inoltre, di specializzare le laureate e i laureati:

- a) fornendo capacità di inquadramento teorico di problemi che consenta loro di leggere i nuovi contesti di mercato, prevederne l'evoluzione e prendere decisioni al fine di rendere la presenza dell'impresa più competitiva;
- b) sviluppando capacità operative per la pianificazione delle attività di marketing e di sviluppo dell'innovazione;
- c) sviluppando la capacità di leggere e interpretare problemi manageriali complessi, tipici dei processi di innovazione, che sono il risultato dell'interazione di dinamiche sociali e culturali di ampio spettro e di lungo periodo.

Il Corso di Laurea magistrale intende fornire un quadro di riferimenti culturali adeguati alla complessità degli scenari competitivi all'interno del quale le imprese sono chiamate ad operare. Il CdS fornirà le competenze necessarie e un approfondimento specifico relativamente a:

- a) la capacità di comprensione del contesto e l'identificazione del timing, dello user e delle modalità con cui innovare all'interno della proposta di valore dell'impresa;
- b) l'identificazione di un corretto posizionamento sul mercato, coerente con le esigenze dei clienti/consumatori, i cambiamenti dell'ambiente e le spinte competitive;
- c) la capacità di comunicare la proposta di valore a pubblici e in contesti diversi, in relazione al tipo di innovazione e al segmento di mercato da aggredire;
- d) la verifica della sostenibilità economica.

Il percorso posa quindi su due pilastri: insegnamenti volti a sviluppare competenze legate alla capacità di leggere il mercato e gestire l'innovazione, e insegnamenti volti a posizionare, sostenere e rendere profittevoli sul mercato le nuove proposte.

Le studentesse e gli studenti avranno accesso a opportunità didattiche innovative negli insegnamenti curricolari. Queste formule didattiche consentono a studentesse e studenti di apprendere forme nuove di problem solving e di costruire percorsi di crescita attraverso l'interazione nell'ambito di lavori di gruppo e nell'incontro con il management delle imprese e delle istituzioni. Queste forme di integrazione didattica permettono un proficuo scambio di conoscenze e

competenze all'interno del corso di laurea e l'acquisizione di soft skills particolarmente apprezzate dal mercato del lavoro. Con tale inserimento si vuole cercare di favorire in modo ancora più marcato un orientamento rivolto all'esperienza e al saper fare, in modo da rendere più fluido il passaggio dalla teoria alla pratica con l'obiettivo di fornire alle studentesse e agli studenti competenze immediatamente applicabili.

In progressione cronologica, il percorso formativo si articola in due anni accademici. Durante il primo anno, si pongono le premesse affinché le studentesse e gli studenti siano in grado di comprendere gli impatti interni ed esterni che l'innovazione genera e che il marketing deve saper governare. Nel secondo anno, si completa la formazione specifica con insegnamenti maggiormente specializzanti, la stesura della tesi di laurea, lo svolgimento del tirocinio curriculare obbligatorio e delle microcredenziali/laboratori.

Il Collegio didattico definisce la programmazione annuale del corso in coerenza con gli obiettivi sopra descritti e verifica l'armonizzazione di contenuti, pesi in crediti, propedeuticità dell'offerta formativa. La Commissione Paritetica docenti-studenti è chiamata ad esprimere il proprio parere in merito, ai sensi dell'art. 12, comma 3 del DM 22 ottobre 2004, n. 270.

Art. 4 – Sbocchi occupazionali

Marketing manager, Digital marketing manager, Brand manager, Product manager di imprese innovative/operanti in mercati fortemente dinamici

Funzione in un contesto di lavoro:

Le laureate e i laureati in Innovation and Marketing potranno operare nelle funzioni preposte al marketing, allo sviluppo di prodotti e servizi innovativi e alla comunicazione o svolgere attività di consulenza di marketing.

In particolare, la/il manager che il CdS formerà sarà in grado di operare nell'area marketing e comunicazione dell'impresa, studiare il mercato, progettare e rendere esecutive le strategie di sviluppo delle innovazioni sul mercato. Potrà anche svolgere attività di consulenza nelle imprese e in ambito professionale in agenzie di marketing. In tal caso la laureata/il laureato in Innovation and marketing sarà in grado di definire piani di sviluppo di proposte di marketing volte al raggiungimento degli obiettivi aziendali dei clienti.

Competenze associate alla funzione:

Il Corso offre una solida formazione manageriale all'interno di una prospettiva di lavoro interdisciplinare che guarda al marketing nella sua relazione con i diversi processi innovativi che caratterizzano la vita d'impresa, rafforzando le capacità interpretative oltre che di problem solving richieste alle future e ai futuri manager.

Sbocchi occupazionali:

Le competenze e le conoscenze acquisite consentiranno l'inserimento della laureata e del laureato in numerosi contesti professionali: imprese private di qualsiasi settore economico; società di consulenza; agenzie di marketing e comunicazione; pubblica amministrazione; attività imprenditoriali.

Business developer, Addetti allo sviluppo aziendale e innovation strategist

Funzione in un contesto di lavoro:

La figura professionale che il corso di laurea formerà potrà essere inserita in team di lavori interdisciplinari, grazie alla capacità di comprensione dell'ottica di marketing e vendita con quella relativa allo sviluppo di nuovi prodotti e di innovazioni user-centred. Fungendo da ponte tra marketing e innovazione, saprà individuare le modalità di innovazione più coerenti con il contesto di mercato.

Competenze associate alla funzione:

La laureata/il laureato in Innovation & Marketing avrà maturato le competenze per svolgere ricerche di mercato che permettano di valutare differenti proposte da immettere sul mercato. Saprà inoltre utilizzare strumenti qualitativi e quantitativi di analisi allo scopo di valutare corsi d'azione alternativi a quelli esistenti, coerenti con le esigenze del mercato e dei clienti. La laureata/il laureato in Innovation & marketing sarà quindi in grado di ricercare e valutare nuove opportunità di sviluppo per il business aziendale e utilizzare vari strumenti di pianificazione e gestione dell'innovazione, conoscendo i processi creativi ad essa collegati.

Sbocchi occupazionali:

Le competenze e le conoscenze acquisite consentiranno l'inserimento della laureata/del laureato in numerosi contesti professionali: imprese private di qualsiasi settore economico; società di consulenza; attività imprenditoriale.

Art. 5 – Requisiti di accesso

Titolo di accesso

L'accesso è subordinato al possesso dei seguenti titoli:

- laurea;
- laurea del vecchio ordinamento (ante D.M. 509/1999) o diploma universitario, previa valutazione degli studi compiuti da parte del Collegio didattico;
- per le studentesse e gli studenti con titolo conseguito all'estero: laurea almeno triennale; in questo caso è necessaria la prevalutazione degli studi compiuti da parte del Collegio didattico, secondo le modalità indicate sul sito di Ateneo.

Requisiti curriculari e personale preparazione

L'ammissione al corso di studio è subordinata al possesso dei requisiti curriculari minimi e alla verifica dell'adeguatezza della personale preparazione, come di seguito indicato:

Il corso di laurea magistrale è ad accesso programmato.

Per l'anno accademico 2024/2025 i posti disponibili sono: 70

Per l'accesso sono richiesti:

1) il raggiungimento di specifici requisiti curriculari che sono assolti dai candidati in possesso di titolo di laurea nelle classi L-18 Lauree in Scienze dell'Economia e della Gestione Aziendale e L-33 Lauree in Scienze Economiche, ovvero nelle classi di laurea corrispondenti degli ordinamenti precedenti o di altro titolo di studio acquisito all'estero e riconosciuto idoneo;

Nel caso in cui il candidato abbia conseguito la laurea in una classe diversa, è richiesto il possesso di almeno 60 CFU nei seguenti settori scientifico-disciplinari distribuiti nei seguenti ambiti:

20 CFU per le discipline di ambito aziendale (nei settori SECS-P/07-08-09-10-11) con almeno un esame del SECS-P/07 ;

40 CFU nelle seguenti discipline, con almeno un esame per ciascuno dei 3 ambiti:

- discipline dell'ambito economico - settori SECS-P/01-02-03-04-05-06-12;
- discipline dell'ambito giuridico - settori IUS/01-04-05-07-09-10-12-13-14;
- discipline dell'ambito statistico/matematico - settori MAT/02-03-05- 06-08-09 e SECS-S/01-03-06

Nel caso in cui il candidato non sia in possesso dei requisiti curriculari, dovrà recuperarli prima dell'immatricolazione esclusivamente con il sostenimento di corsi singoli (di livello triennale) presso questo o altri Atenei.

2) il possesso di un'adeguata preparazione personale.

Per personale preparazione si intende l'adeguata acquisizione di conoscenze e competenze dei temi di base dell'agire manageriale. La verifica della personale preparazione è obbligatoria e avviene tramite una prova selettiva. Gli argomenti oggetto del test sono: Economia aziendale, Bilancio, Analisi dei costi e controllo di gestione, Gestione delle imprese, Marketing e Strategia, Finanza, Organizzazione, Intermediari e mercati finanziari. Una sezione del test sarà dedicata alle materie aziendali specifiche del CdS.

L'immatricolazione è condizionata dalla posizione occupata nella graduatoria. La selezione si svolge in lingua inglese.

Tutte le informazioni specifiche su modalità di preiscrizione, selezione e immatricolazione sono contenute nel bando di ammissione pubblicato sul sito dell'Ateneo <https://www.unive.it/cdl/em17> (Percorso: Iscriverti>Ammissione>Bando).

3) la conoscenza della lingua inglese almeno a livello B2. Tale conoscenza sarà accertata al momento dell'immatricolazione attraverso il possesso di certificazioni o la presenza di casistiche di esonero, come riportato nell'apposita pagina web www.unive.it (Percorso: Servizi>Carriera studenti e laurea>Conoscenze linguistiche richieste).

Nel caso in cui il candidato non ne sia in possesso non potrà immatricolarsi.

Link: <http://www.unive.it/em17> (Percorso:Iscriverti>Ammissione)

Art. 6 – Programmazione degli accessi

Modalità di accesso

Il corso di studio è ad accesso programmato; il numero dei posti messi a concorso e le modalità di accesso vengono annualmente definiti dagli organi di Ateneo e riportati nel bando di ammissione.

Dal momento che il corso è ad accesso programmato:

- 1) non sono consentiti i trasferimenti da altri Atenei e i passaggi interni al primo anno. Tutte le informazioni sono riportate nel bando di accesso pubblicato alla pagina www.unive.it/cdl/em17 > Iscriverti > Ammissione.
- 2) i candidati interessati ad immatricolarsi con un riconoscimento crediti dovranno presentare richiesta di valutazione della carriera pregressa, come riportato nel bando di accesso, e dovranno comunque partecipare alle selezioni d'accesso;
- 3) ai candidati che si immatricolano al Corso di Laurea Magistrale in Innovation and Marketing con un riconoscimento crediti verranno riconosciuti massimo 36 CFU di esami sostenuti in lingua italiana.

Studenti non comunitari residenti all'estero

È ammessa l'iscrizione di studentesse e studenti stranieri non comunitari residenti all'estero nella misura stabilita dagli organi di Ateneo.

Titolo III – Organizzazione didattica

Art. 7 – Informazioni generali

Lingua: Gli insegnamenti verranno erogati in lingua inglese.

Modi dell'erogazione della didattica: frontale, alcuni insegnamenti potrebbero essere svolti in modalità blended oppure online.

Sede di svolgimento delle attività didattiche: Venezia

Calendario accademico: Il calendario accademico si articola in 2 semestri a loro volta suddivisi in due periodi.

· Nel piano di studi gli insegnamenti sono da 6 CFU o da 12 CFU e nel corso dell'anno sono previste diverse sessioni d'esame, per ciascun insegnamento vengono calendarizzate 4 date per sostenere l'esame:

- gli insegnamenti da 6 CFU si svolgono generalmente in un solo periodo; alla fine di ogni periodo è prevista una sessione d'esami, ulteriori appelli saranno previsti nelle sessioni di gennaio, maggio e settembre per un totale di 4 date;
- gli insegnamenti da 12 CFU si tengono per un semestre. A conclusione del semestre si tengono le sessioni d'esame.

· 1 CFU corrisponde a 25 ore. Le ore per ciascun credito sono comprensive di lezioni frontali e studio individuale. Per ciascun modulo da 6 CFU sono erogate 30 ore di didattica frontale; le rimanenti 120 ore sono di studio individuale.

Art. 8 – Curricula e percorsi

Il corso di laurea magistrale in Innovation and Marketing è organizzato in un unico curriculum.

Art. 9 – Piani di studio

Schema del piano di studio: Alla pagina www.unive.it/cdl/em17 (percorso: Studiare > Piano di studio) è riportato lo schema del piano di studio del corso, articolato negli eventuali curricula e percorsi, comprensivo dell'elenco degli insegnamenti previsti, con l'indicazione, per ciascuno di essi dei settori scientifico-disciplinari di riferimento, dell'eventuale articolazione in moduli, dell'anno di corso, dei crediti formativi universitari (CFU) attribuiti a ciascun insegnamento, dei CFU a libera scelta dello studente, dei CFU previsti per il tirocinio e la prova finale. Nella stessa pagina web è disponibile il piano delle frequenze, che presenta le attività formative distribuite in base all'anno di corso e ai periodi di lezione, ed è progettato tenendo conto della consequenzialità dei contenuti dei singoli insegnamenti.

Gli orari delle lezioni sono definiti in modo da assicurare alle studentesse e agli studenti la possibilità di frequentare le lezioni di tutti gli insegnamenti obbligatori previsti; il mancato rispetto del piano frequenze potrebbe porre problemi derivanti dalla sovrapposizione degli orari delle lezioni. Il piano frequenze potrebbe subire cambiamenti durante l'anno.

Esami a libera scelta:

Gli esami a libera scelta possono essere individuati tra:

- tutti gli insegnamenti attivati nel CdS che non sono già stati scelti compresi quelli previsti nei grappoli e quelli proposti come insegnamenti a libera scelta;
- tutti gli altri insegnamenti dei CdS di area economica purché non equivalenti a quelli del proprio piano di studi.

La studentessa/lo studente potrà chiedere di inserire altri insegnamenti o altre attività formative di livello magistrale, purché coerenti con il proprio progetto formativo. La coerenza sarà valutata dal Collegio didattico. La richiesta dovrà essere presentata al campus economico che provvederà ad inoltrarla al Collegio didattico.

Per quanto riguarda l'inserimento di esami non di area economica, il Collegio didattico verifica la coerenza delle attività didattiche inserite tra i crediti a libera scelta con il progetto formativo (la coerenza si riferisce al singolo piano di studio presentato ed è valutata con riferimento all'adeguatezza delle motivazioni fornite). L'inserimento di un tirocinio in sostituzione di un esame a libera scelta deve essere autorizzato preventivamente dal collegio didattico, e non può in nessun caso sostituire più di 6 CFU. Poiché il tirocinio sostituisce crediti formativi deve avere rilevanti contenuti scientifici, coerenti con il percorso di studi.

L'autorizzazione preventiva non garantisce automaticamente il riconoscimento finale, che è rilasciato dal coordinatore del Collegio Didattico sulla base della documentazione presentata dalla studentessa/dallo studente a conclusione dello stage, comprensiva di una relazione finale dettagliata sulle attività svolte.

Ulteriori disposizioni:

- Ulteriori crediti di attività di tirocinio possono essere riconosciuti come CFU in sovrannumero.
- Le scelte degli insegnamenti tra i crediti a libera scelta devono essere effettuate secondo un criterio di coerenza con il progetto formativo della studentessa/dello studente.
- è possibile inserire nel proprio piano insegnamenti/attività in sovrannumero, oltre a 1 CFU di Competenze di sostenibilità, 3 CFU di Competency Lab.
- Tra i crediti a libera scelta e in sovrannumero non è possibile inserire esami di lingua inglese, o di lingue straniere che siano la propria madrelingua. L'eventuale inserimento di esami relativi ad altre lingue straniere dovrà essere approvato dal Collegio Didattico.
- La studentessa/lo studente iscritta/o ad un corso di laurea magistrale non può sostenere esami di livello triennale.
- Non è consentito l'inserimento nel piano di studio di due esami equivalenti tra loro, che prevedano una ripetizione, anche parziale, di contenuti didattici. Le attività didattiche a libera scelta selezionate nei piani di studio potranno essere oggetto di verifiche e nel caso si rilevi l'inserimento o il sostenimento di esami equivalenti l'esame verrà annullato.

Non è consentito l'inserimento nel piano di studio di due esami equivalenti tra loro.

Il Collegio didattico può approvare piani di studio non aderenti ai curricula previsti dal Regolamento didattico del corso. È possibile conseguire il titolo secondo un piano di studi individuale comprendente anche attività formative diverse da quelle previste dal Regolamento didattico, purché in coerenza con l'ordinamento didattico del corso di studi dell'anno accademico di immatricolazione.

Art. 10 – Percorso di formazione

La frequenza degli insegnamenti è libera.

Obblighi di frequenza: per gli insegnamenti obbligatori previsti nel piano di studi la frequenza è libera. Per alcuni insegnamenti offerti tra i crediti a libera scelta o attivati come Active Learning Center potrebbe essere richiesta la frequenza obbligatoria; in questi casi la frequenza è regolamentata da un avviso di accesso all'attività proposta.

È possibile anticipare gli esami previsti al 2° anno solo se attivati, altrimenti non è possibile sostenerli né sostituirli con altri esami equipollenti.

Propedeuticità: Non sono previste propedeuticità. Si consiglia tuttavia di seguire gli insegnamenti come da piano frequenze (www.unive.it/cdl/em17 > Studiare > Piano di studio), il quale è strutturato affinché ci sia consequenzialità di acquisizione delle conoscenze utili per affrontare

l'esame successivo, e di controllare attentamente nel programma dell'insegnamento se sono date per note alcune conoscenze di base di livello triennale.

Stage/Tirocini

Nel corso di Laurea è prevista un'attività di tirocinio obbligatoria presso aziende private o enti pubblici. La durata del tirocinio è di almeno 150 ore (6CFU), e almeno 225 nel caso lo studente decida di svolgere tirocinio da 9 CFU al posto dei 3 CFU derivanti dalla partecipazione ai progetti legati alle microcredenziali. Nel caso in cui il tirocinio superi le 150 ore (o 225), possono essere riconosciuti crediti in sovrannumero. Per ogni informazione e per tutte le pratiche amministrative lo studente dovrà rivolgersi all'ufficio competente.

Stage e tirocinio: Il tirocinio può essere riconosciuto solo a fronte di una attività lavorativa svolta (non a fronte di un esame).

L'attività lavorativa può essere riconosciuta come sostitutiva del tirocinio obbligatorio se ritenuta coerente al percorso formativo da parte del Collegio didattico del Corso di laurea. La studentessa/lo studente dovrà documentare l'attività svolta con una copia del contratto di lavoro accompagnata da idonea dichiarazione del datore di lavoro, che attesti la durata dell'attività e la sua pertinenza rispetto agli argomenti tipici della laurea che si intende conseguire. Tale documentazione va consegnata al Campus Economico. Il coordinatore del Collegio Didattico valuta le richieste pervenute e autorizza di volta in volta l'attribuzione dei crediti.

Ulteriori norme per il riconoscimento del tirocinio/stage o attività lavorative prima dell'immatricolazione:

Non saranno riconosciute attività lavorative o stage universitari conclusi prima dell'immatricolazione.

Per il riconoscimento attività lavorativa in proprio ci sarà una verifica da parte del Presidente del collegio didattico dell'impossibilità di svolgere un normale stage, o di far certificare da un legale rappresentante l'attività svolta. Alla studentessa/allo studente verrà richiesta la redazione di una relazione scritta che identifichi la natura dell'attività e le competenze acquisite. Sulla base della relazione e della copia di Visura Camerale il Collegio didattico potrà riconoscere i crediti, verificando che le competenze acquisite siano congruenti con le finalità del corso di laurea specialistica magistrale.

Riconoscimento delle attività formative al di fuori del corso: Il riconoscimento di attività formative, svolte in Italia o all'estero, esperienze lavorative, conoscenze ed abilità certificate compete al Collegio didattico, nel rispetto della normativa vigente, dei Regolamenti di Ateneo e delle Linee guida sul riconoscimento crediti.

Ulteriori disposizioni:

- Il Collegio didattico può riconoscere esami sostenuti in Master universitari. Se il Master universitario non è stato svolto presso l'Ateneo, la richiesta di riconoscimento esami deve essere accompagnata dal programma del Master universitario con l'indicazione del numero di CFU, del settore scientifico-disciplinare e del programma dell'esame sostenuto. Deve inoltre essere specificato che a conclusione di ogni modulo di attività sia previsto un esame.
- Non è possibile riconoscere attività svolte in Master Non Universitari.
- La carriera delle studentesse e degli studenti è normata dall'apposito regolamento disponibile in questa pagina: www.unive.it > Ateneo > Chi siamo > Regolamenti > Studenti > Carriere delle studentesse e degli studenti.

Art. 11 – Esami di profitto

Esami di profitto

Gli esami di profitto potranno consistere in una prova scritta, orale o pratica e/o in una combinazione di queste modalità. La mera consegna di un elaborato non prodotto in sede di esame non è sufficiente ai fini della valutazione del profitto, ma è necessaria la discussione pubblica dell'elaborato stesso.

Le modalità d'esame sono definite dal/dalla docente nel syllabus dell'insegnamento e devono prevedere una graduazione dei voti. Non è ammessa la differenziazione dei programmi e delle modalità d'esame in base alla frequenza a lezione.

Per sostenere l'esame si deve essere iscritti alla lista d'appello. Non è possibile accettare studentesse e studenti non iscritti agli esami.

Appelli:

Per ogni insegnamento sono previsti quattro appelli d'esame per anno accademico secondo lo schema pubblicato alla pagina www.unive.it/calendario => Schema sessioni e distribuzione appelli d'esame

Le studentesse e gli studenti neoimmatricolati possono sostenere esami nella sessione di settembre.

Prove intermedie:

Alcuni esami prevedono delle prove parziali. Queste prove non vengono verbalizzate in carriera degli studenti, non possono essere certificate come CFU acquisiti, non vengono conteggiate per l'attribuzione delle agevolazioni e delle borse per il diritto allo studio. In caso di riconoscimento crediti non concorrono alla determinazione dell'anno di corso.

Integrazioni:

In caso di riconoscimento crediti, se l'esame sostenuto in una precedente carriera corrisponde parzialmente all'esame da riconoscere nella nuova carriera, è possibile assegnare delle integrazioni da svolgere. In questo caso l'esame verrà verbalizzato direttamente dal docente calcolando la media ponderata tra il voto preso in passato e quello attuale.

La studentessa/lo studente deve concordare l'integrazione con la/il docente titolare dell'esame esibendo la seguente documentazione:

- copia della scheda riconoscimento crediti;
- copia del syllabus dell'insegnamento sostenuto in altro ateneo.

Art. 12 – Prova finale e conseguimento del titolo

La redazione della tesi, in lingua inglese, deve essere condotta con approfondita conoscenza delle metodologie proprie del settore disciplinare di riferimento eventualmente anche con l'impiego di strumentazione e metodologie informatiche. Il prodotto finale dovrà quindi possedere caratteri di originalità, documentazione e approfondimento scientifico esauriente.

La discussione della tesi si svolge davanti ad una commissione composta da professori universitari ed eventualmente da esperti che valutano in seduta comune anche in modalità telematica la qualità della tesi stessa proponendo il voto finale. Alla laureanda / al laureando, oltre alla relatrice / al relatore di tesi e all'eventuale correlatrice / correlatore (qualora la stesura della tesi sia stata seguita da due docenti), saranno assegnati una/uno o più controrelatrici/controrelatori che, in sede di discussione, svolgeranno un'analisi critica della tesi ai fini della valutazione.

La composizione della commissione e il calendario di laurea verrà pubblicata nel sito dell'Ateneo almeno due settimane prima dell'inizio della sessione di laurea.

Il diploma di laurea viene consegnato in occasione della discussione della tesi di laurea (lauree magistrali, specialistiche e del vecchio ordinamento) o inviato se in modalità telematica.

Determinazione del voto di laurea

Il voto di laurea è determinato sommando il voto della prova finale e gli eventuali bonus alla media ponderata curriculare in centodecimali. La commissione può attribuire da 0 a 8 punti nella valutazione della tesi finale. L'attribuzione di eventuali bonus viene calcolata d'ufficio secondo le regole specificate nella pagina di Ateneo.

L'attribuzione della lode al voto finale è a discrezione della commissione.

www.unive.it (Percorso: Servizi>Carriera studenti e laurea>Prova finale).

Il Dipartimento di Management ha definito una procedura on line per richiedere l'assegnazione di un relatore disponibile a seguire lo studente in tesi vedi link <http://www.unive.it/management> (Percorso: Corsi>Assegnazione relatore e tesi di laurea)

Inoltre è stata redatta una 'Guida alla Tesi' (in lingua italiana e in lingua inglese) per fornire ulteriori informazioni utili alla stesura della tesi agli studenti pubblicata nella pagina web <http://www.unive.it/management> (Percorso: Corsi>Assegnazione relatore e tesi di laurea>Documenti allegati>Guida tesi)

Art. 13 – Ulteriori disposizioni

Insegnamenti disattivati

E' possibile che nel corso degli anni alcuni insegnamenti vengano disattivati. Al fine di garantire la conclusione del percorso di studi da parte della studentessa/dello studente fuori corso, il collegio didattico ha previsto, per ciascun insegnamento

disattivato, la possibilità di sostenere l'esame e, ove possibile, un insegnamento sostitutivo.

Sostenimento esami in altri Atenei contemporaneamente all'iscrizione a Ca' Foscari

Non sono riconosciuti gli esami sostenuti come corsi singoli presso altre Università in Italia o all'estero durante il periodo di iscrizione alla laurea qualora l'insegnamento sia impartito dall'Ateneo.

Studenti part-time

È possibile iscriversi al corso di studio con la qualifica di studente part-time che permette di godere di alcune agevolazioni; si rimanda alle regole vigenti in Ateneo per le modalità di accesso a questo status e per come mantenerlo oltre che per le informazioni sulle agevolazioni. Non è prevista l'erogazione di insegnamenti destinati agli studenti part-time.

Ulteriori opportunità

Il Collegio Didattico del Corso di Laurea Magistrale in Innovation and Marketing in collaborazione con gli altri Corsi di Laurea

Magistrale del Dipartimento di Management promuove le attiva attività trasversali in modo tale da offrire agli studenti iscritti opportunità innovative. Per l'aggiornamento su tali attività, si

rimanda alla pagina web del Corso di Laurea, alla pagina web del Dipartimento e alla lettura delle e-mail provenienti dall'indirizzo: didattica.management@unive.it

Titolo IV – Disposizioni finali e transitorie

Art. 14 – Modifiche al presente Regolamento

Le modifiche alle parti ordinamentali del presente Regolamento devono essere approvate dagli organi di governo e trasmesse per la definitiva approvazione al MUR, secondo le tempistiche e modalità da esso definite.

L'eventuale programmazione degli accessi, di cui all'art. 6, deve essere deliberata dagli organi di governo dell'Ateneo, previo parere positivo del Nucleo di valutazione, ed è subordinata all'approvazione da parte del MUR.

Le eventuali modifiche al presente Regolamento saranno adottate con Decreto Rettorale.

Le informazioni sui piani di studi vengono aggiornate annualmente, in occasione della programmazione didattica, e sono sottoposte agli organi di governo con l'approvazione annuale dell'offerta formativa; il loro aggiornamento non richiede l'adozione con decreto rettorale.

Ove si renda necessario, le seguenti informazioni possono essere aggiornate in corso d'anno con delibera della struttura didattica di riferimento, senza che si renda necessario un decreto rettorale di adozione:

- composizione del Collegio didattico del Corso di studio;
- composizione del Gruppo AQ del Corso di studio.

Art. 15 – Efficacia del presente Regolamento

Ove non diversamente specificato, le disposizioni del presente Regolamento hanno valore per tutti gli studenti iscritti al primo anno nell'anno accademico 2024-2025.

Le versioni precedenti del presente Regolamento sono reperibili sul sito del corso di studio.