



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MILANO – BICOCCA

SCUOLA DI ECONOMIA E STATISTICA  
DIPARTIMENTO DI ECONOMIA, METODI QUANTITATIVI E  
STRATEGIE DI IMPRESA (DEMS)

**MANIFESTO ANNUALE DEGLI STUDI ANNO ACCADEMICO 2022/23**

**Corso di Laurea magistrale in MARKETING E MERCATI GLOBALI**

Nell'anno accademico 2022/2023 è attivato presso la Scuola di Economia e Statistica ed il Dipartimento di Economia, Metodi Quantitativi e Strategie di Impresa (DEMS) il:

**Corso di Laurea magistrale in MARKETING E MERCATI GLOBALI**

**Classe di laurea di appartenenza:** LM-77

**Crediti totali da acquisire:** 120

**Titolo rilasciato:** Dottore magistrale

**Durata:** 2 anni

**Anni attivati:** 1, 2

**Modalità di accesso:**

**Regime ordinamentale:** D.M. 270/04

All'interno del corso di studi è stata introdotta la possibilità per gli studenti di optare tra due percorsi, Marketing Globale (lingua ufficiale del percorso è l'italiano) e Global Management (lingua ufficiale del percorso è l'inglese).

A seguito di tale innovazione, il corso di Laurea magistrale di Marketing e Mercati Globali si sviluppa lungo due linee di specializzazione:

**(a)** Marketing Globale, in italiano, indirizzato a sviluppare conoscenze economico-aziendali e competenze professionali per la gestione dei processi di marketing (consumer/retail marketing e trade/business to business marketing), in una visione avanzata di marketing e con specifico riferimento alla gestione delle imprese nei mercati globali.

**(b)** Global Management, in inglese, si affianca al percorso in Marketing Globale ed è finalizzato alla formazione di profili in grado di affrontare le sfide della gestione aziendale in ambito internazionale da una prospettiva economico-aziendale ampia e multidisciplinare, nel campo del marketing, dell'analisi dei mercati internazionali, delle strategie e dei processi di internazionalizzazione delle imprese. Inoltre, questo percorso fornisce metodi quantitativi avanzati a supporto delle decisioni di marketing e delle strategie competitive in ambito internazionale.

Il Regolamento didattico del corso è pubblicato sul sito <https://www.unimib.it/ugov/degree/5715>

## 1. IMMATRICOLAZIONE AL CORSO DI STUDIO

Per l'anno accademico 2022/2023 è prevista una procedura di selezione per l'ammissione al corso di laurea magistrale in Marketing e mercati globali.

Per partecipare alla procedura di selezione è necessario essere in possesso dei seguenti titoli e requisiti:

### A. Titoli di studio

- laurea di primo livello (ex D.M. 270/04 o ex D.M. 509/99);  
oppure
- titolo accademico conseguito all'estero riconosciuto idoneo.

Possono presentare la domanda di preiscrizione:

- quanti siano già in possesso del titolo di studio richiesto per l'accesso;
- gli iscritti a un corso di laurea presso l'Università degli Studi di Milano–Bicocca o presso altro Ateneo in Italia che prevedano di conseguire la laurea entro e non oltre il 30 novembre 2022 (ammissione sotto condizione).

### B. Requisiti curriculari

1. laurea di primo livello (ex D.M. 270/04 o ex D.M. 509/99) e 48 CFU così distribuiti:

- Area aziendale: 20 CFU (SECS-P/07, SECS-P/08, SECS-P/09, SECS-P/10, SECS-P/11)
- Area economica: 12 CFU (SECS-P/01, SECS-P/02, SECS-P/03, SECS-P/06)
- Area quantitativa: 10 CFU (SECS-S/01, SECS-S/03, SECS-S/05, SECS-S/06, MAT/05, M-PSI/03, INF/01, ING-INF/05)
- Area giuridica: 6 CFU (IUS/01, IUS/02, IUS/04, IUS/05, IUS/07, IUS/08, IUS/09, IUS/10, IUS/12, IUS/13, IUS/14).

Al fine del raggiungimento dei 48 CFU possono essere conteggiati anche i CFU acquisiti come corsi singoli o in altri corsi di studi universitari. Questi stessi CFU non possono essere oggetto di riconoscimento ai fini del raggiungimento dei 120 CFU previsti dal corso di laurea magistrale.

Possono accedere anche studenti che conseguiranno il titolo entro il 30 novembre 2022, a condizione che abbiano acquisito i 48 crediti previsti come requisiti curriculari entro il 29 luglio 2022 e che entro tale data tutti gli esami siano stati sostenuti e registrati e gli studenti risultino solamente in difetto della prova finale;

oppure:

un titolo accademico conseguito all'estero riconosciuto idoneo in quanto equivalente alle classi di laurea in "Scienze dell'economia e della gestione aziendale" e "Scienze economiche";

2. una certificazione di conoscenza della Lingua Inglese, rilasciata dall'Ateneo o riconosciuta dall'Ateneo, corrispondente al livello B2.

Tale conoscenza si intende acquisita se il candidato si trovi in una delle seguenti condizioni:

- ha superato, nell'ambito della carriera universitaria, almeno 4 CFU di Lingua Inglese;
- è in possesso di una certificazione di Lingua Inglese attestante almeno il livello B2, tra quelle riconosciute dall'Ateneo, consultabili al seguente link:

[https://www.unimib.it/sites/default/files/TABELLA\\_SENATO\\_9\\_novembre\\_2020.pdf](https://www.unimib.it/sites/default/files/TABELLA_SENATO_9_novembre_2020.pdf);

- ha conseguito l'Open Badge Bbetween "Inglese B2" a seguito dell'accertamento linguistico di Ateneo:

<https://www.unimib.it/bbetween/languages>;

- ha conseguito un diploma di studi in Lingua Inglese.

Il requisito linguistico deve essere posseduto entro il termine ultimo di iscrizione al concorso (15 luglio 2022).

I candidati esterni (non iscritti in Bicocca), non ancora in possesso del livello linguistico richiesto per l'accesso, possono chiedere di poter sostenere la prova d'Ateneo di lingua di livello B2 (<https://www.unimib.it/didattica/lingue-unimib>) entro tale scadenza, scrivendo una mail a [ecovalutazioni@unimib.it](mailto:ecovalutazioni@unimib.it) (oggetto: prova d'Ateneo di livello B2 Marketing e mercati globali) e indicando nome, cognome e codice fiscale. Per tutte le informazioni si rimanda comunque al bando di concorso pubblicato nelle pagine del sito di Ateneo <https://www.unimib.it/ugov/degree/5715>

## **2. MODALITA' DI TRASFERIMENTO E RICONOSCIMENTO CFU**

Per l'a.a. 2022/2023 sono disponibili **7 posti** per il secondo anno di corso. Possono presentare domanda di ammissione al secondo anno gli studenti in possesso dei requisiti richiesti per l'ammissione al primo anno ed ai quali il Consiglio di Coordinamento Didattico riconosca come coerenti con il corso di laurea magistrale in Marketing e Mercati globali un numero di almeno 30 CFU. Gli studenti devono richiedere la valutazione della propria carriera universitaria dal 15 luglio al 31 agosto 2022. Per tutte le informazioni si rimanda comunque al bando di concorso pubblicato nelle pagine del sito di Ateneo <https://www.unimib.it/ugov/degree/5715>

## **3. CALENDARIO DIDATTICO E ORARIO DELLE LEZIONI**

Il calendario didattico 2022-23 prevede la suddivisione in due semestri.

1° semestre 03-10-2022/23-01-2023

2° semestre 01-03-2023/ 16-06-2023

### **FREQUENZA**

Non è previsto alcun obbligo di frequenza, ma la partecipazione alle lezioni è fortemente consigliata.

### **ORARI DI RICEVIMENTO**

Alcuni docenti pubblicano il giorno e l'ora del proprio ricevimento sulla loro pagina personale, altri lo fissano tramite e-mail da parte dello studente.

## **4. PROGRAMMI DEGLI INSEGNAMENTI E GUIDA DELLO STUDENTE**

I **programmi** degli insegnamenti del Corso di laurea sono disponibili sul sito <https://elearning.unimib.it/>

## 5. ESAMI

Sono previsti sei appelli all'anno, di norma distribuiti evitando la sovrapposizione con i periodi di lezione.

Per l'anno accademico 2022-2023 le date di esame sono le seguenti:

esami di profitto:

- dal 16 gennaio al 28 febbraio
- dal 12 al 19 aprile
- dal 19 giugno al 31 luglio
- dal 1 al 29 settembre

## 6. LAUREE

Le prove finali del corso di laurea magistrale si svolgono sull'arco di almeno **quattro appelli** distribuiti, nell'anno accademico, su **tre periodi**:

- da giugno a luglio
- da settembre a novembre
- da febbraio a marzo

Le informazioni relative all'esame di laurea (documenti, tempistiche, avvisi) sono reperibili sul sito di Ateneo

<https://www.scuola-economia-statistica.unimib.it/it/studenti-iscritti/esame-finale-laurea>

## 7. PRESENTAZIONE DEL PIANO DI STUDI

Il piano di studio è l'insieme delle attività formative obbligatorie, delle attività previste come opzionali e delle attività formative scelte autonomamente dallo studente in coerenza con il Regolamento didattico del corso di studio.

Per gli studenti ammessi al primo anno, durante la procedura di immatricolazione, verrà richiesto di scegliere tra due **percorsi**:

- 1) **Marketing Globale**, in lingua italiana,
- 2) **Global Management**, in lingua inglese

Allo studente viene quindi attribuito un piano di studio che costituisce il piano di studio statutario. Successivamente, gli studenti devono presentare un piano di studi che, oltre agli insegnamenti obbligatori, comprenda la destinazione dei crediti che l'Ordinamento prevede a libera scelta dello studente. Il piano di studio è approvato dal Coordinatore del Corso di laurea.

Le modalità e le scadenze di presentazione del piano sono definite dall'Ateneo.

Informazioni più dettagliate verranno pubblicate sul sito di ateneo e sul sito dei Corsi di laurea.

<https://www.unimib.it/servizi/servizi-segreteria/piani-degli-studi>

**Il diritto dello studente di sostenere prove di verifica relative ad una attività formativa è subordinato alla presenza dell'attività stessa nell'ultimo piano di studio approvato.**

Per quanto non previsto si rinvia al Regolamento d'Ateneo per gli studenti.

## **8. INFORMAZIONI UTILI**

### **PRESIDENTE DEL CONSIGLIO DI COORDINAMENTO DIDATTICO**

Prof. Flavio Gnechi

e-mail [flavio.gnechi@unimib.it](mailto:flavio.gnechi@unimib.it)

Tel. 02 64483154

Ed U7, II piano, stanza 2041

Via Bicocca degli Arcimboldi, 8 - 20126 MILANO

### **SEDE**

Il Corso di laurea magistrale in Marketing e Mercati globali dell'Università degli Studi di Milano-Bicocca ha sede in via Bicocca degli Arcimboldi, 8 - 20126 Milano.