



Manifesto Annuale degli Studi A.A. 2026/2027

Corso di Laurea in **MARKETING, COMUNICAZIONE AZIENDALE E MERCATI GLOBALI** (Classe L 18 R)

1. OFFERTA FORMATIVA

Nell'anno accademico 2026/2027 è attivato presso il Dipartimento di Economia, Metodi quantitativi e Strategie d'impresa il **Corso di laurea in Marketing, comunicazione aziendale e mercati globali**

- primo anno (con riferimento al Regolamento didattico del Corso di studio 2026/27)
- secondo anno (con riferimento al Regolamento didattico del Corso di studio 2025/26)
- terzo anno (con riferimento al Regolamento didattico del Corso di studio 2024/25)

Il Regolamento didattico è pubblicato sul sito del Corso di studio, alla pagina:

<https://www.unimib.it/triennale/marketing-comunicazione-aziendale-mercati-globali>

2. AMMISSIONE E IMMATRICOLAZIONE AL CORSO DI STUDIO

Per l'ammissione al Corso di Laurea occorre essere in possesso del titolo di scuola secondaria superiore richiesto dalla normativa in vigore o di altro titolo di studio conseguito all'estero, riconosciuto idoneo. Sono richieste conoscenze di cultura generale, di logica e di comprensione verbale tese ad accertare le attitudini nella comprensione ed elaborazione dei testi. Sono inoltre richieste conoscenze matematiche (di insiemistica, di analisi numerica, letterale e funzionale, nonché di geometria analitica ed euclidea) come fornite dalle scuole secondarie di secondo grado. Nel Regolamento del Corso di laurea sono indicate le modalità di valutazione del possesso o dell'acquisizione di una adeguata preparazione iniziale.

Il corso di laurea è a numero programmato. Per l'anno accademico 2026/2027 sono previsti al primo anno 350 posti, di cui: - 5 studenti extra UE - 17 studenti 4° anno - 15 studenti cinesi Marco Polo. La numerosità è determinata per consentire lo svolgimento delle attività ibride e laboratoriali.

La procedura di accesso per l'ammissione ai corsi di laurea di Economia prevede due fasi, entrambe obbligatorie:

a) sostenere il TOLC-E (Test On Line Cisia - Economia) in una delle sedi accreditate (fra le quali anche l'Università degli Studi di Milano-Bicocca). Le informazioni per l'accesso al test e l'elenco delle date sono disponibili sul sito Cisia.

Il TOLC-E è articolato in quattro moduli con l'obiettivo di verificare le competenze in matematica, logica, comprensione del testo e inglese, secondo le modalità descritte sul sito Cisia. Ai fini dell'eventuale immatricolazione vengono presi in considerazione i risultati del TOLC conseguiti nei soli primi tre moduli (matematica, logica e comprensione), con una soglia totale minima per le tre

sezioni (matematica, logica e comprensione) pari a 13, con la soglia minima nella sezione di matematica pari a 5; chi nella sezione di matematica avrà raggiunto un punteggio inferiore a 5 e superiore o uguale a 4, dovrà assolvere entro il primo anno di corso gli obblighi formativi aggiuntivi;

b) presentare domanda di iscrizione come indicato dal bando di ammissione che verrà pubblicato orientativamente nel mese di marzo sul sito dell'Ateneo. Gli idonei collocatisi in posizione utile in graduatoria potranno immatricolarsi al corso di laurea prescelto fino alla copertura dei posti disponibili nei tempi e nei modi previsti dal bando

Le modalità, le tempistiche e tutte le informazioni relative al bando di ammissione sono disponibili sul sito di Ateneo:

<https://www.unimib.it/studiare/corsi-laurea-iscrizioni/informazioni/lauree-triennali-economia-bando-ammissione>

3. MODALITÀ DI TRASFERIMENTO E RICONOSCIMENTO CFU

I criteri relativi all' accesso per il trasferimento degli studenti che provengono da altro corso di laurea, di questo o di altro ateneo, sono definiti nel bando per l'ammissione all'anno accademico 2026/2027, pubblicato sul sito dell'Ateneo.

Il Consiglio di Coordinamento Didattico del corso, sentita la Commissione trasferimenti e convalide esami, determinerà il numero di cfu riconoscibili dalla carriera pregressa. Le medesime regole valgono per i laureati in altre discipline e per gli studenti che intendono chiedere il riconoscimento di crediti acquisiti in carriere chiuse per decadenza o rinuncia.

In base al D.M. 931/2024, le università possono riconoscere, come crediti formativi universitari, per un limite massimo di 48 CFU per i Corsi di Laurea:

- a) conoscenze e abilità professionali, certificate ai sensi della normativa vigente in materia, nonché di altre conoscenze e abilità maturate in attività formative di livello post-secondario;
- b) attività formative svolte nei cicli di studio presso gli istituti di formazione della pubblica amministrazione, nonché alle altre conoscenze e abilità maturate in attività formative di livello post-secondario, alla cui progettazione e realizzazione l'università abbia concorso;
- c) conseguimento da parte dello studente di medaglia olimpica o paralimpica ovvero del titolo di campione mondiale assoluto, campione europeo assoluto o campione italiano assoluto nelle discipline riconosciute dal Comitato olimpico nazionale italiano o dal Comitato italiano paralimpico.

Tale riconoscimento è demandato al Consiglio di Coordinamento Didattico, sentita la Commissione trasferimenti e convalide esami.

4. CALENDARIO DIDATTICO E ORARIO DELLE LEZIONI

Le lezioni iniziano il 22 settembre 2026 e terminano il 31 maggio 2027

Il calendario didattico può essere scaricato e consultato alla seguente [pagina](#).

Il calendario didattico prevede la suddivisione in due semestri.

1° semestre: 22 settembre 2026 – 19 dicembre 2026

2° semestre: 18 febbraio 2027 – 31 maggio 2027

5. FREQUENZA LEZIONI

Il corso di laurea in Marketing, Comunicazione Aziendale e Mercati Globali non prevede la frequenza obbligatoria; tuttavia, la partecipazione alle attività didattiche è fortemente consigliata. L'orario delle lezioni è consultabile nell'agenda web di ateneo:

<http://gestioneorari.didattica.unimib.it/PortaleStudentiUnimib/>

6. ORARI DI RICEVIMENTO DOCENTI

Lo studente può consultare l'orario di ricevimento del singolo docente accedendo alla sua pagina personale o contattandolo per e-mail.

7. PROGRAMMI DEGLI INSEGNAMENTI

I **programmi (syllabus)** degli insegnamenti del Corso di laurea in Marketing, comunicazione aziendale e mercati globali sono disponibili nella pagina e-learning di ciascun insegnamento sulla piattaforma di Ateneo (Moodle), alla voce "Syllabus".

8. ESAMI DI PROFITTO

Sono previsti sei appelli all'anno per ogni insegnamento.

Le sessioni dell'a.a. 2026-2027 sono così ripartite:

- 2 appelli nella sessione di gennaio-febbraio, dal 7 gennaio al 17 febbraio 2027;
- 1 appello nella sessione di aprile, dal 5 al 9 aprile 2027;
- 1 appello nella sessione di giugno, dal 1° al 25 giugno 2027;
- 1 appello nella sessione di giugno-luglio, dal 28 giugno al 30 luglio 2027;
- 1 appello nella sessione di agosto-settembre, dal 30 agosto al 17 settembre 2027.

9. SESSIONI DI LAUREA E CALENDARIO DELLE SEDUTE

Gli appelli di laurea sono 4 e si svolgeranno nelle seguenti date:

- primo appello: 21 e 22 luglio 2026
- secondo appello: 8 e 9 ottobre 2026
- terzo appello: 23 novembre 2026
- quarto appello: 19 marzo 2027

Le informazioni relative all'esame di laurea (procedura di presentazione della domanda, calendario delle sedute, tempistiche, avvisi) sono reperibili nella seguente pagina del sito unimib:

<https://www.unimib.it/studiare/servizi-studenti-e-laureati/segreteria/laurearsi/economia>

10. PRESENTAZIONE DEL PIANO DI STUDIO

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

l'ordinamento e il regolamento didattico del corso di studio, fatto salvo quanto previsto dal Regolamento didattico d'Ateneo. Allo studente viene automaticamente attribuito un piano di studio all'atto dell'iscrizione al primo anno, che costituisce il piano di studio statutario. Successivamente lo studente deve presentare un proprio piano di studio con l'indicazione delle attività opzionali e di quelle a scelta. Il piano di studio è approvato dal Consiglio di Coordinamento Didattico (CCD). Nell'anno accademico 2025/2026 è stato attivato il primo del Corso a seguito dell'adeguamento alla nuova classe di laurea, come definita dal DM 1648/2023. Le modalità e le scadenze di presentazione del piano sono definite dall'Ateneo. Il diritto dello studente di sostenere prove di verifica relative a una attività formativa è subordinato alla presenza dell'attività stessa nell'ultimo piano di studio approvato. Per quanto non previsto si rinvia al Regolamento Didattico di Ateneo.

I 12 cfu a libera scelta potranno essere acquisiti inserendo nel piano di studio:

- Insegnamenti erogati in Ateneo coerenti con il percorso formativo
- Stage (3 CFU)
- BBetween, progetto Sustainability (6 CFU)
- Insegnamenti sostenuti in Erasmus

Le informazioni relative a BBetween, progetto Sustainability sono pubblicate pagina dedicata sul sito d'Ateneo. Lo studente può usufruire di periodi di studio presso università estere convenzionate, in Paesi appartenenti o meno all'Unione Europea, da svolgersi nell'ambito del programma Erasmus+. Gli insegnamenti superati presso università estere, certificati nel Transcript of Records, potranno essere inseriti nel piano di studio.

11. RINVIO GENERALE

Per quanto non espressamente disciplinato dal presente Manifesto annuale degli studi, si rinvia al Regolamento didattico del Corso di laurea.

Presidente del Consiglio di coordinamento didattico

Prof. Flavio Gnechi

tel. 02.64483154

e-mail: flavio.gnechi@unimib.it

12. INFORMAZIONI UTILI

SEDE

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

LEZIONI

Le lezioni si svolgono prevalentemente negli edifici "Civitas" U7 e "Agorà" U6 dell'Ateneo.

REFERENTE AMMINISTRATIVO

Antonella Grassi

Tel. 02 64483006

Ed U6, II piano, stanza 2140

Email: antonella.grassi@unimib.it

PAGINA WEB DEL CORSO DI LAUREA

<https://www.unimib.it/triennale/marketing-comunicazione-aziendale-mercati-globali>