

Corso di LAUREA in Management e Marketing Internazionale
Classe LM-77 Management e Consulenza Aziendale (MCA)
PIANO DI STUDIO
a.a 2025/2026

ANNO	ATTIVITÀ DIDATTICA	SSD	CFU	SEM	ORE	
PRIMO ANNO	Strategie aziendali e modelli di business	SECS-P/07	6	1	40	
	Economia delle istituzioni e della sostenibilità e analisi della congiuntura economica	SECS-P/02	12	1/2	80	
	Principi contabili internazionali e bilancio digitale	SECS-P/07	9	1	60	
	Analisi dei big data	SECS-S/01	6	2	40	
	Diritto societario	IUS/04	9	2	60	
	Finanza aziendale	SECS-P/09	9	2	60	
	Attività a libera scelta dello studente ¹		12			
	Totale CFU ANNO		63			
SECONDO ANNO	Reddito d'impresa e pianificazione fiscale internazionale	IUS/12	6	1	40	
	Diritto della crisi di impresa	IUS/04	6	2	40	
	Un insegnamento a scelta fra:					
	Cyber security e blockchain	ING-INF/05	6	2	40	
	Valutazione d'impatto delle scelte in economia e business	SECS-P/05	6	2	40	
	Un insegnamento a scelta fra:					
	Aggregazioni aziendali e bilancio consolidato	SECS-P/07	6	1	40	
	Sostenibilità e reporting di impresa	SECS-P/07	6	1	40	
	Un insegnamento a scelta fra:					
	Operazioni straordinarie e creazione di valore	SECS-P/07	9	2	60	
	Marketing metrics	SECS-P/08	9	1/2	60	
		Totale CFU ANNO		33		
	Ulteriori conoscenze linguistiche (Business English)		6			
	Tirocinio		6			
	Prova finale		12			
	Totale CFU		24			
	TOTALE CFU CORSO DI LAUREA		120			

I programmi, le modalità di esame e gli orari delle lezioni delle attività didattiche sono consultabili nelle pagine web dei docenti ai link degli insegnamenti e raggiungibili accedendo al sito del Dipartimento di Economia e Diritto (<https://economiaediritto.unimc.it/it/didattica/elenco-insegnamenti/insegnamenti-aa-2025-26/>).

Gli orari degli esami di profitto sono consultabili nella Bacheca Appelli: <https://studenti.unimc.it/ListaAppelliOfferta.do>

Attività a libera scelta dello studente¹

Le Attività a scelta dello studente sono previste nel Piano di studi e rappresentano un'opportunità di approfondimento, completamento e personalizzazione del percorso formativo. Il Corso di studio in Management e Marketing Internazionale (Classe LM-77) prevede le seguenti attività per la copertura dei crediti a libera scelta:

Attività a scelta dello studente	SSD	CFU	ORE	SEM
Diritto dei contratti e digitalizzazione	IUS/01	9	60	1
Diritto del lavoro (lavoro, sicurezza, previdenza)	IUS/07	6	40	2
Diritto industriale	IUS/04	6	40	1
Digital e social media marketing	SECS-P/08	6	40	1
Data protection, privacy and internet law (Eng)	IUS/08	6	40	1
Environmental law (Eng)	IUS/10	6	40	2
Economia del crimine e della illegalità	SECS-P/01	6	40	2
Econometrics for impact evaluation (Eng)	SECS-P/05	9	60	2
Investment analysis and financial risk management (Eng)	SECS-P/11	12	80	1/2
Laboratorio Certificazioni Refinitiv	SECS-P/11	3	20	2
Management delle amministrazioni pubbliche	SECS-P/07	6	40	2
Revisione Aziendale	SECS-P/07	6	40	1
European union institutions and policies (Eng)	SPS/04	6	40	2
Seminars/Teaching activities Visiting Professors				1/2

Va precisato che nelle Attività a libera scelta dello studente possono essere inseriti:

- gli insegnamenti che nel medesimo piano di studio sono a scelta (in rosa);
- gli insegnamenti offerti dall'altro curriculum o corso di studio magistrale (LM-16 e LM-77) del Dipartimento;
- gli insegnamenti attivati in tutti i Dipartimenti dell'Ateneo, purché siano ritenuti coerenti con il percorso formativo dal Consiglio di Corso di Studio.

Propedeuticità tra esami e frequenza

- ❖ Il Corso di Studio non prevede propedeuticità e frequenza delle lezioni non è obbligatoria ma consigliata;

Altre raccomandazioni/indicazioni:

- ❖ [Servizio di Tutorato](#) orienta e assiste gli studenti durante tutto il corso di studi;
- ❖ [Obbiettivi formativi e sbocchi occupazionali del corso di studio.](#)