Corso di LAUREA in Management e Marketing Internazionale
Classe LM-77 Marketing e Mercati globali (MMG)

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
	Marketing metrics	SECS-P/08	6	2	40
	Analisi dei big data	SECS-S/01	9	2	60
	Un insegnamento a scelta fra:				
	Economia e politica dello sviluppo internazionale	SECS-P/01	12	1	80
	Firms and trends in global markets *(Eng)*	SECS-P/01	12	1/2	80
	Un insegnamento a scelta fra:				
	International marketing *(Eng)*	SECS-P/08	9	2	60
	Organizzazione internazionale e gestione delle risorse umane	SECS-P/10	9	2	60
	Attività a libera scelta dello studente[1]		12		
	Totale CFU ANNO		**54**		
SECONDO ANNO	Gestione della supply chain internazionale	SECS-P/08	6	1	40
	Digital e social media marketing	SECS-P/08	6	1	40
	Cyber security e blockchain	ING-INF/05	6	2	40
	Finanza Aziendale	SECS-P/09	9	2	60
	Un insegnamento a scelta fra:				
	Diritto dei contratti e digitalizzazione	IUS/01	9	1	60
	International contract law *(Eng)*	IUS/01	9	1	60
	Un insegnamento a scelta fra:				
	Diritto industriale	IUS/04	6	1	40
	European company law *(Eng)*	IUS/04	6	1	40
	Totale CFU ANNO		**42**		
	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 o raggiungibili nel 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 studente[1]

Le Attività a scelta dello studente sono previste nel Piano di studi e rappresentano un'opportunità di approfondimento, completamento e personalizzazione del percorso formativo e. Il Corso di laurea 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
Aggregazioni aziendali e bilancio consolidato	SECS-P/07	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
Economia delle istituzioni	SECS-P/02	6	40	1
Econometrics for impact evaluation *(Eng)*	SECS-P/05	9	60	2
European union institutions and policies *(Eng)*	SPS/04	6	40	2
Investment analysis and financial risk management *(Eng)*	SECS-P/11	12	80	2
Laboratorio Certificazioni Refinitiv	SECS-P/11	3	20	2
Principi contabili internazionali e bilancio digitale	SECS-P/07	9	60	1
Revisione aziendale	SECS-P/07	6	40	1
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 altri 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 la 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.