

AVVISO DI SELEZIONE

Master Universitario di I° livello in “Marketing e direzione aziendale”

Anno Accademico 2024/2025 - XIII edizione

IL DIPARTIMENTO DI ECONOMIA E DIRITTO:

visto il D.M. n. 270 del 22/10/2004, e in particolare l’art. 3;

viste le procedure per l’ingresso, il soggiorno e l’iscrizione degli studenti internazionali ai corsi di formazione superiore in Italia vigenti per l’a.a. 2024/2025;

richiamato il Regolamento Didattico di Ateneo, emanato con D.R. n. 363 del 18/10/2019, e modificato con D.R. n. 648 del 19/12/2022 e con D.R. n. 521 del 27/11/2023, in particolare l’art. 14;

visto il Regolamento dei corsi master, di perfezionamento e di formazione, emanato con D.R. n. 115 del 01/04/2023;

considerato che il Senato accademico e il Consiglio di amministrazione, rispettivamente nelle sedute del 28/05/2024 e del 30/05/2024, hanno deliberato l’istituzione del master di I° livello in “Marketing e direzione aziendale” per l’a.a. 2024/2025;

AVVISA

Art. 1 – Oggetto

È avviata, nell’anno accademico 2024/2025 la procedura di ammissione ed iscrizione al master di I° livello in “Marketing e direzione aziendale”, edizione XIII, della durata di un anno, con percorso formativo di 60 crediti, pari a 1500 ore di impegno complessivo.

Il numero massimo dei posti disponibili è stabilito in 30.

Il master non viene attivato se non è raggiunto il numero minimo di 15 iscritte/i.

Il Consiglio di Direzione si riserva la possibilità di attivare il master con un numero inferiore di iscritte/i o di accogliere le iscrizioni in sovrannumero, previa verifica della globale sostenibilità del master.

Art. 2 – Contesto socio-economico di riferimento

L'attuale contesto economico italiano e marchigiano è caratterizzato dalla presenza di piccole e medie imprese che da tempo evidenziano la necessità di dotarsi di figure professionali che sappiano coniugare la conoscenza di strumenti di marketing con quelli di controllo aziendale.

Il master si propone di rispondere alle esigenze di tale ambito imprenditoriale attraverso un'offerta formativa che contempili sia un approfondimento delle strategie di direzione aziendale e marketing, sia lo studio e l'applicazione di strumenti operativi specifici.

Art. 3 – Obiettivi formativi

Il master intende approfondire le tematiche tipiche di un corretto approccio al marketing per aziende pubbliche e private, determinante per assicurare correttezza strategica e profittabilità aziendale.

La particolarità del master è quella di corredare il bagaglio delle conoscenze di marketing con i processi e gli strumenti di amministrazione e controllo.

È previsto un collegamento con il mondo operativo attraverso la presenza in aula di manager provenienti da aziende operanti nel territorio regionale e nazionale.

Il master prevede una formazione *blended* (in presenza/a distanza) e si rivolge sia a neolaureate/i che a soggetti già inseriti in contesti lavorativi, desiderosi di incrementare e qualificare la propria professionalità.

Per le/gli allieve/i non occupate/i è previsto un periodo di stage all'interno di un'azienda, al fine di implementare operativamente parte delle conoscenze acquisite durante il percorso didattico.

Art. 4 – Profilo professionale

Scopo del master è offrire un percorso di formazione ed approfondimento con alto livello di qualificazione nelle diverse aree del marketing strategico ed operativo, della pianificazione aziendale e del controllo.

Le competenze e le capacità sviluppate riguardano i processi e gli strumenti propri della funzione di pianificazione strategica e operativa (marketing mix), a cui vengono affiancati approfondimenti in tema di amministrazione e controllo di gestione.

L'obiettivo è quello di formare una figura specializzata nella funzione di marketing integrata con le altre funzioni aziendali, operativa in ambito sia pubblico che privato, in grado di realizzare una visione d'insieme della gestione aziendale e di sviluppare capacità di dialogo con le altre figure manageriali/gestionali.

Art. 5 – Sbocchi occupazionali

Il naturale sbocco occupazionale dell'allieva/o che consegue il master di 1° livello in "Marketing e direzione aziendale" è la funzione marketing-commerciale di aziende pubbliche e private, in posizioni caratterizzate da responsabilità inerenti alla gestione aziendale operativa e la comunicazione (online e offline) e quella strategica.

Art. 6 – Modalità e periodo di svolgimento, sede, frequenza

La didattica è svolta in lingua italiana in modalità *blended*, caratterizzata da lezioni in presenza e a distanza (didattica prevalentemente asincrona) mediante una piattaforma e-learning dedicata.

L'attività didattica ha inizio indicativamente nel mese di marzo 2025 e termina nel mese di marzo 2026.

Alle/ai corsiste/i è richiesta la disponibilità di un personal computer e di un collegamento ad Internet.

Le/i corsiste/i hanno a disposizione un modulo didattico ogni 15 giorni (online o in presenza).

Le lezioni in presenza si svolgono presso le strutture dell'Ateneo, orientativamente una volta ogni mese e mezzo, nei giorni di venerdì (mattina e pomeriggio) e sabato (mattina), secondo il calendario reso noto il giorno di inizio del master.

La frequenza è obbligatoria e non può essere inferiore al 75% delle ore di didattica previste.

Le/gli iscritte/i al master possono interrompere temporaneamente la frequenza del corso per gravi e documentati motivi di salute e di famiglia.

L'attività didattica necessaria al completamento del master può essere recuperata nell'edizione immediatamente successiva dello stesso, qualora riattivato, dal punto in cui era stata interrotta e senza oneri aggiuntivi, versando la tassa di iscrizione prevista; la tassa di iscrizione al corso non può essere restituita nel caso in cui il corso non venga riattivato in successiva edizione.

Terminato il periodo di interruzione della frequenza del master senza che la/lo studentessa/studente richieda la ripresa degli studi per l'edizione immediatamente successiva, la carriera si considera estinta.

Art. 7 – Percorso formativo

Il master prevede un percorso di base e uno di approfondimento.

Il percorso base è articolato in 4 sezioni (Introduzione al Marketing e alla Direzione

Aziendale - Direzione Aziendale – Marketing Strategico – Marketing Operativo) per un totale di 17 moduli didattici.

Il percorso di approfondimento prevede almeno 2 moduli integrativi a scelta tra quelli proposti, al fine di raggiungere il numero di ore minimo richiesto per il conseguimento del titolo.

La didattica frontale è affiancata da lavori di gruppo, casi aziendali e seminari.

Il percorso formativo è articolato in:

- 304 ore di attività didattica;
- 96 ore di esercitazioni, seminari e lavori di gruppo;
- 780 ore di studio individuale;
- 320 ore di stage/attività in azienda.

Di seguito viene riepilogato il percorso formativo con riferimento ai relativi crediti formativi attribuibili.

PERCORSO FORMATIVO	CFU
A. Moduli di base	36
B. Percorso di approfondimento	8
C. Stage	13
D. Project work	3
TOTALE CREDITI	60

1. **Il percorso formativo base comprende:**

MODULI DI BASE				
	INSEGNAMENTI	SSD	CFU	ORE
	Lezione di apertura	SECS-P/08	-	4
1	Introduzione al marketing e alla direzione aziendale	SECS-P/08 SECS-P/07	3	12
2	Gli aspetti organizzativi e il marketing interno	SECS-P/10	2	12

3	I processi di Marketing Strategico (analisi dell'ambiente di marketing – Segmentazione Targeting e Posizionamento)	SECS-P/08	3	16
4	Controllo di gestione e analisi dei costi: elementi introduttivi	SECS-P/07	2	12
5	Ricerche di mercato e stima della domanda	SECS-P/08	2	12
6	Comportamenti d'acquisto, consumo e customer journey	SECS-P/08	2	12
7	Il controllo di gestione nell'area commerciale-marketing	SECS-P/07	2	12
8	La gestione delle politiche di prodotto	SECS-P/08	2	12
9	Il controllo dei ricavi e dei margini di contribuzione	SECS-P/07	2	12
10	Il Customer Relationship Management (CRM) e la customer satisfaction	SECS-P/08	2	12
11	Scelta e gestione dei canali distributivi in ottica omnichannel	SECS-P/08	2	12
12	Il controllo dei costi e dei risultati prodotto-mercato	SECS-P/07	2	12
13	La gestione delle politiche di pricing	SECS-P/08	2	12
14	La gestione della comunicazione aziendale	SECS-P/08	2	12
15	Le previsioni e le simulazioni economico-finanziarie	SECS-P/07	2	12
16	Il digital marketing	SECS-P/08	2	12
17	Marketing industriale e innovazione	SECS-P/08	2	12

2. Il percorso di approfondimento comprende:

MODULI DI APPROFONDIMENTO (di cui almeno 2 a scelta)				
	INSEGNAMENTI	SSD	CFU	ORE
1	Social media marketing	SECS-P/08	4	24
2	Analisi statistica dei dati	SECS-S/01	4	24
3	Piano di Marketing	SECS-P/08	4	24
4	Politiche di selling, gestione della forza vendita e dei rapporti con il pubblico	SECS-P/08	4	24
5	Store Management: profili strategici ed operativi	SECS-P/08	4	24

3. Per le/i non occupate/i:

il percorso formativo deve essere completato con uno stage in azienda convenzionata con l'Ateneo al fine di sperimentare sul campo le competenze acquisite nella didattica. Per coloro che svolgono attività lavorativa, in

sostituzione dello stage, il Consiglio di Direzione del master riconosce l'esperienza professionale presso il proprio Ente di appartenenza, da autocertificare.

4. Tutte/i le/gli studentesse/studenti:

con riferimento alle attività svolte nell'ambito dell'esperienza lavorativa o di stage, sono tenute/i a redigere un project work: un elaborato dal contenuto prevalentemente applicativo su un tema preventivamente concordato con uno dei docenti del Master.

Il project work è oggetto di valutazione finale e concorre pertanto a determinare la valutazione complessiva.

Art. 8 – Prove di esame e titolo conseguibile

Prove intermedie di verifica

Condizione per il riconoscimento dei crediti formativi collegati alle attività svolte in aula è il sostenimento delle verifiche intermedie, predisposte nel corso del master. La tipologia di prova prevista per ciascun modulo è specificata nel syllabus del singolo modulo didattico.

Sono valutate in trentesimi, con eventuale indicazione della lode. La verifica si intende superata se si ottiene un punteggio almeno pari a 18/30.

Il sostenimento di tutte le prove intermedie, secondo il calendario comunicato nella piattaforma del master, è obbligatorio.

I risultati conseguiti nelle prove intermedie concorrono, insieme alla prova di esame finale e alla percentuale delle frequenze, a determinare il voto complessivo del corso.

L'ammissione alle prove intermedie è subordinata alla verifica della regolare partecipazione alle attività previste per i moduli oggetto delle stesse da parte del Direttore del corso.

Prova finale

La prova finale consiste nella discussione pubblica del project work elaborato, davanti ad una Commissione appositamente nominata. Al project work sarà attribuito un punteggio da 0 a 7 punti.

È consentita l'ammissione all'esame finale solo dopo il superamento di tutte le prove intermedie, previa verifica della partecipazione alle attività previste per ciascun singolo modulo.

Titolo conseguibile

A conclusione del corso l'Università degli Studi di Macerata rilascia a quanti, in regola con gli obblighi previsti dal presente bando, hanno superato con esito positivo tutte le prove previste il titolo di: *Master Universitario di I° livello in "Marketing e direzione aziendale"*.

Il punteggio finale è espresso in cento-decimi con eventuale indicazione della lode.

La valutazione è considerata positiva se i candidati ottengono un punteggio almeno pari a 66/110.

Art. 9 – Condizioni di ammissione e selezione

Possono accedere al master le candidate e i candidati che sono in possesso di una laurea triennale, di una laurea specialistica/magistrale, di un diploma di laurea del vecchio ordinamento (antecedente all'entrata in vigore del D.M. 509/1999) in tutti i campi disciplinari o di altri titoli riconosciuti equivalenti, che a giudizio insindacabile del Consiglio di Direzione del master siano ritenuti funzionali rispetto al profilo professionale definito dal corso stesso.

Possono chiedere l'iscrizione anche le candidate e i candidati in possesso di un **titolo estero** riconosciuto idoneo dall'Università degli Studi di Macerata ai fini dell'accesso al corso.

L'iscrizione è subordinata alla valutazione dell'idoneità del titolo da parte degli organi accademici, nonché al superamento della selezione.

Alle candidate e ai candidati straniera/i è richiesta una buona conoscenza della lingua italiana.

Le candidate e i candidati vengono sottoposti ad una prima selezione basata sulla valutazione dei titoli posseduti.

Le candidate e i candidati selezionati devono sostenere colloqui individuali finalizzati ad accertare il livello di preparazione, il profilo motivazionale e le attitudini personali, il livello di conoscenza della lingua inglese e degli strumenti informatici di base.

La selezione si basa sui seguenti criteri:

Criteri di valutazione	Punteggio massimo attribuibile 100/100
Titoli (curriculum, voto laurea, pubblicazioni)	50/100
Colloquio e conoscenza della lingua inglese	50/100

A parità di punteggio viene data precedenza alle candidate e ai candidati con il punteggio di laurea più alto.

La selezione verrà effettuata da una Commissione appositamente nominata, che si riunirà nel mese di febbraio 2025, presso la sede del Dipartimento di Economia e Diritto, previa convocazione inviata alle candidate e ai candidati a mezzo posta elettronica.

La graduatoria generale di merito, stilata dalla Commissione secondo i criteri anzidetti, verrà pubblicata nel [sito](#) del Dipartimento di Economia e Diritto (*sezione post lauream*) entro sette giorni lavorativi dalla data di selezione.

La pubblicazione ha valore di comunicazione ufficiale alle/agli interessate/i che, da quel momento, possono provvedere alla conferma dell'iscrizione con le modalità e i termini indicati all'art. 13.

Art. 10 – Uditori

Chi non possiede il titolo richiesto per l'accesso al corso può partecipare in qualità di uditrice/uditore.

Il Consiglio di Direzione del master si riserva di determinare la composizione della classe nel rispetto del numero massimo stabilito.

Le uditrici e gli uditori possono essere ammessi fino a completamento dei posti disponibili e sono selezionati sulla base del curriculum vitae et studiorum e del colloquio.

A seguito di tale valutazione vengono inseriti in graduatoria.

La pubblicazione della graduatoria ha valore di comunicazione ufficiale alle/agli interessate/i, che possono provvedere alla conferma dell'iscrizione secondo quanto previsto all'art. 13 e non ricevono ulteriori avvisi in merito.

Le uditrici e gli uditori non devono svolgere le prove di verifica intermedie e finale; non devono svolgere lo stage né il project work.

Al termine delle lezioni, previa verifica della frequenza ad almeno il 75% delle attività didattiche previste, può essere rilasciato alle/agli interessate/i che ne facciano apposita richiesta in bollo un attestato di frequenza (oppure un certificato) senza attribuzione di crediti formativi a seconda del caso specifico.

Art. 11 – Iscrizione a singoli moduli

Nel caso in cui il master venga attivato, per coloro che non vogliono iscriversi all'intero corso, è possibile la frequenza dei seguenti singoli moduli:

A)	Moduli di base	COSTO	CFU	ORE
1	Introduzione al marketing e alla direzione aziendale	€ 120,00	3	12
2	Gli aspetti organizzativi e il marketing interno	€ 120,00	2	12
3	I processi di Marketing Strategico (analisi dell'ambiente di marketing – Segmentazione Targeting e Posizionamento)	€ 120,00	3	16
4	Controllo di gestione e analisi dei costi: elementi introduttivi.	€ 120,00	2	12
5	Ricerche di mercato e stima della domanda	€ 120,00	2	12
6	Comportamenti d'acquisto, consumo e customer journey	€ 120,00	2	12
7	Il controllo di gestione nell'area commerciale-marketing	€ 120,00	2	12
8	La gestione delle politiche di prodotto	€ 120,00	2	12
9	Il controllo dei ricavi e dei margini di contribuzione	€ 120,00	2	12
10	Il Customer Relationship Management (CRM) e la customer satisfaction	€ 120,00	2	12
11	Scelta e gestione dei canali distributivi in ottica omnichannel	€ 120,00	2	12
12	Il controllo dei costi e dei risultati prodotto-mercato	€ 120,00	2	12
13	La gestione delle politiche di pricing	€ 120,00	2	12
14	La gestione della comunicazione aziendale	€ 120,00	2	12
15	Le previsioni e le simulazioni economico-finanziarie	€ 120,00	2	12
16	Il digital marketing	€ 120,00	2	12
17	Marketing industriale e innovazione	€ 120,00	2	12

B)	Moduli di approfondimento	COSTO	CFU	ORE
1	Social media marketing	€ 250,00	4	24
2	Analisi statistica dei dati	€ 250,00	4	24
3	Piano di Marketing	€ 250,00	4	24
4	Politiche di selling, gestione della forza vendita e dei rapporti con il pubblico	€ 250,00	4	24
5	Store management: profili strategici ed operativi	€ 250,00	4	24

Per l'iscrizione al singolo modulo è richiesto il possesso di una laurea triennale, di una laurea specialistica/magistrale, di un diploma di laurea del vecchio ordinamento (antecedente all'entrata in vigore del D.M. 509/1999) in tutti i campi disciplinari o di altri titoli riconosciuti equivalenti anche conseguiti all'estero.

Possono presentare domanda di iscrizione ai singoli moduli anche i non laureati in qualità di uditori.

Coloro che sono interessati a frequentare singoli moduli devono presentare la domanda di iscrizione, secondo le modalità indicate all'art. 12, **entro le ore 13:30** della **settimana antecedente** le date di inizio di ciascun modulo.

Gli importi delle tasse di iscrizione ai singoli moduli sia per le studentesse e gli studenti sia per le uditrici e gli uditori sono indicati nella tabella sopra esposta.

In caso di contemporanea iscrizione a più moduli l'imposta di bollo virtuale, pari ad € 16,00, va versata una sola volta.

Il pagamento va effettuato tramite il sistema PagoPA, con le stesse modalità indicate per il versamento della tassa di iscrizione al master.

In caso di rinuncia alla frequenza del modulo non è previsto alcun rimborso di quanto versato.

La frequenza alle lezioni e la possibilità di sostenere la prova per l'acquisizione dei crediti formativi resta vincolata al versamento della tassa di iscrizione al modulo.

La frequenza è obbligatoria e non può essere in ogni caso inferiore al 75% delle ore complessive di didattica in aula del modulo.

Al termine del modulo, a condizione che sia stato frequentato almeno il 75% delle ore di lezione, previo superamento di una prova di verifica valutata in trentesimi, l'Università degli Studi di Macerata può rilasciare alle/agli interessate/i che ne facciano richiesta, un certificato di frequenza, con l'attribuzione dei corrispondenti crediti formativi per gli aventi diritto.

Art. 12 – Procedura di iscrizione

Modalità di compilazione della domanda di iscrizione

Per iscriversi al master è necessario compilare la **domanda di iscrizione esclusivamente online**, entro e non oltre le ore 13:00 del giorno 20 gennaio 2025, **senza pagare la prima rata della tassa prevista** (da versare solo in seguito all'ammissione al corso, entro il 17 febbraio 2025).

Prima di accedere alla procedura guidata, occorre avere a disposizione:

- A) copia fronte/retro di un documento di riconoscimento in corso di validità in formato pdf o jpeg;
- B) una fotografia formato tessera su file digitale in formato jpeg;
- C) i dati del proprio diploma di scuola media superiore (o titolo estero equivalente);
- D) curriculum firmato contenente dichiarazione, resa ai sensi degli artt. 46 e 47 del D.P.R. 445/2000, circa gli studi compiuti con indicazione della votazione finale, in formato digitale; elenco dettagliato in formato digitale degli eventuali titoli ed attestati che il candidato ritenga utili ai fini della selezione e le eventuali esperienze formative e professionali maturate;
- E) eventuali titoli ed attestati in formato digitale che contengono informazioni non autocertificabili;
- F) copia del permesso di soggiorno in formato digitale (solo per candidati non dell'Unione Europea residenti all'estero) o copia della lettera di convocazione in Questura rilasciata dall'Ufficio Postale, con l'obbligo, in quest'ultimo caso, di caricare la copia del permesso di soggiorno entro la data di avvio del corso;
- G) eventuale modulo di richiesta agevolazione;
- H) eventuale copia dell'attestazione I.S.E.U. 2024.

Per compilare la domanda di iscrizione occorre collegarsi al sito web studenti.unimc.it e selezionare:

- la voce “Registrazione con SPID” oppure “Registrazione”, in caso di primo contatto con l’Ateneo, per ottenere le credenziali di autenticazione (nome utente e password);
- la voce “Accedi”, per inserire lo SPID oppure le credenziali di autenticazione e accedere all’Area Riservata”;
- la voce “Immatricolazione e pre-iscrizione” per accedere alla procedura guidata.

In caso di smarrimento o dimenticanza delle credenziali di autenticazione occorre selezionare la voce “Reset password”.

La Pubblica Amministrazione non può più accettare né richiedere certificazioni contenenti informazioni già in suo possesso. In questi casi sono accettate soltanto le autocertificazioni.

Tali novità non si applicano a certificati che contengono informazioni non in possesso della Pubblica Amministrazione italiana.

Il Dipartimento di Economia e Diritto non assume responsabilità per la dispersione di comunicazioni dipendente da inesatta indicazione dei recapiti da parte delle candidate e dei candidati o da mancata oppure tardiva comunicazione del cambiamento dei recapiti indicati nella domanda, né per eventuali disguidi postali, telegrafici o telematici o comunque imputabili a fatto di terzi, a caso fortuito o a forza maggiore.

Non sono accettate domande oltre i termini di iscrizione fissati o corredate di documentazione incompleta.

Le candidate e i candidati in possesso di un titolo estero presentano il titolo (o copia autenticata dello stesso), corredato di traduzione ufficiale in lingua italiana, legalizzazione e di dichiarazione di valore in loco a cura della Rappresentanza diplomatica/consolare italiana competente nel paese al cui ordinamento appartiene l'istituzione che lo ha rilasciato alla Segreteria Studenti del Dipartimento.

La dichiarazione di valore in loco può essere sostituita da attestazione rilasciata da enti ufficiali esteri o da centri ENIC-NARIC o dal Diploma Supplement.

I documenti scritti in lingua straniera vanno corredati di traduzione ufficiale in lingua italiana. La traduzione può essere eseguita nel paese di provenienza oppure in Italia presso i tribunali di zona o i traduttori ufficiali o giurati e deve essere comunque legalizzata dalla Rappresentanza diplomatica/consolare italiana competente per territorio, salvo accordi specifici.

I titoli di studio vanno legalizzati dalle competenti autorità del paese che li ha rilasciati ove previsto dalle norme locali.

La legalizzazione è sostituita dal timbro "Apostille", apposto a cura delle competenti autorità locali, per i paesi che hanno aderito alla convenzione dell'Aja del 5/10/1961.

La legalizzazione non è obbligatoria se il titolo di studio è stato rilasciato da uno dei Paesi aderenti alla Convenzione Europea di Bruxelles del 25/05/1987, ratificata dall'Italia con Legge del 24/04/1990, n. 106 (Belgio, Danimarca, Francia, Irlanda) o dalla Germania, in virtù della Convenzione italo - tedesca in materia di esenzione dalla legalizzazione di atti, conclusa a Roma il 7/06/1969 e ratificata con Legge 12/04/1973, n. 17.

La normativa di riferimento è reperibile nel sito:

<http://www.studiare-in-italia.it/studentistranieri/>

Art. 13 – Procedura di conferma dell’iscrizione, tassa di iscrizione e modalità di pagamento

Le candidate e i candidati ammessi provvedono alla conferma dell’iscrizione al corso mediante il pagamento della prima rata della relativa tassa, pena l’esclusione dal corso.

La tassa di iscrizione all’intero corso (comprensiva dell’imposta di bollo virtuale e di ogni altro onere) è determinata in **€ 3000**, da pagare in due rate:

1. la prima, pari ad **€ 1700** da versare all'atto della conferma dell’iscrizione (entro e non oltre le ore 13:00 del 17 febbraio 2025),
2. la seconda, pari ad **€ 1300** da versare entro e non oltre il 26 giugno 2025.

Il mancato rispetto della scadenza relativa al versamento della seconda rata comporta il pagamento di un contributo aggiuntivo di mora di € 15,00 da corrispondere entro 30 giorni. Il mancato pagamento della seconda rata, gravata del contributo aggiuntivo di mora, entro 30 giorni dalla sua scadenza determina la perdita dello status di studente del corso ed estingue la carriera, fatti salvi i crediti formativi eventualmente acquisiti.

La possibilità di partecipare alle lezioni, di svolgere le altre attività previste e di sostenere la prova finale per il conferimento del titolo è vincolata al versamento della seconda rata.

Il pagamento della prima e della seconda rata deve essere autonomamente effettuato **tramite il sistema PagoPA**. È possibile eseguire il pagamento mediante internet banking oppure carta di credito oppure di persona presso gli sportelli bancari, gli ATM bancomat, i punti vendita Sisal e Lottomatica o altri prestatori di servizi di pagamento aderenti al sistema PagoPA.

Per effettuare il pagamento occorre:

- collegarsi al sito web studenti.unimc.it;
- selezionare la voce “Login”, inserendo le credenziali di autenticazione, per accedere all’ “Area Riservata”;
- selezionare la voce “Pagamenti” e utilizzare il pulsante “stampa avviso PagoPA”, per stampare l’avviso oppure il pulsante “Paga con PagoPA”, per pagare direttamente.

Art. 14 – Agevolazioni

In relazione al numero delle iscrizioni, è possibile prevedere esenzioni dal pagamento della seconda rata della tassa di iscrizione, secondo requisiti di merito e di reddito, per coloro i quali sono classificati nei primi posti della graduatoria.

Le candidate e i candidati che intendono richiedere l'agevolazione devono compilare e presentare l'apposito modulo insieme alla domanda di iscrizione. Il modulo è disponibile nel [sito web](#) del Dipartimento. **Non sono ammesse** presentazioni tardive sganciate dall'inoltro della domanda.

Alla richiesta di esenzione deve essere allegata dell'attestazione I.S.E.U. anno 2024 valida per prestazioni agevolate per il diritto allo studio universitario.

L'attestazione I.S.E.U. anno 2024 può essere richiesta all'Inps, con l'aiuto del CAAF, entro il 31/12/2024.

La presentazione della richiesta comporta la piena accettazione di tutte le condizioni di partecipazione alla selezione e al corso stabilite dal bando.

Ai fini dell'esenzione dal pagamento della seconda rata della tassa di iscrizione al master, la Commissione di selezione accerta il possesso dei requisiti, valuta le condizioni di merito e di reddito delle/dei candidate/i sulla base della documentazione presentata. Gli aventi diritto ricevono comunicazione a tale riguardo.

Per le candidate e i candidati dipendenti pubblici, in virtù del Programma "PA 110 e lode" - Protocollo d'intesa tra l'Università degli Studi di Macerata e il Ministro per la Pubblica amministrazione per l'avvio di iniziative di rafforzamento delle conoscenze e delle competenze del personale delle pubbliche amministrazioni, la tassa di iscrizione all'intero corso è ridotta a € 1.656 onnicomprensive, da versare all'atto della conferma dell'iscrizione.

Si specifica che le/i candidate/i che fruiscono dell'agevolazione del Programma "PA 110 e lode" sono subordinate/i allo svolgimento con **modalità in presenza** delle prove intermedie e finali.

Nelle edizioni precedenti il master ha beneficiato di borse di studio INPS. Nel caso di attribuzione di borse anche per la presente edizione del master, ne sarà data comunicazione nel [sito web](#) del Dipartimento di Economia e Diritto, ***sezione post lauream***.

Le candidate e i candidati che intendono richiedere l'agevolazione connessa al Programma "PA 110 e lode" e coloro i quali intendono beneficiare delle borse di studio Inps (qualora attribuite) devono compilare e presentare l'apposito modulo insieme alla domanda di iscrizione. Il modulo è disponibile nel [sito web](#) del Dipartimento.

Art. 15 – Procedura per sostenere la prova finale del master

Per sostenere la prova finale occorre presentare, nella propria area riservata, la **domanda di conseguimento del titolo** almeno **trenta giorni prima della data fissata per l'esame finale** del corso, e ad effettuare il pagamento (tramite PagoPA) del bollo virtuale di €16,00.

Per sostenere la prova finale è, inoltre, necessario versare il **contributo per il rilascio del diploma di master**, fissato in **€ 31,38** (comprensivo dell'imposta di bollo virtuale e di ogni altro onere), tramite il sistema PagoPA.

Art. 16 – Subentri e rinunce

Mancato raggiungimento numero minimo di iscrizioni

In caso di mancato raggiungimento del numero di iscrizioni necessario, il corso non viene attivato. Le/gli iscritti sono rimborsati, a domanda, del contributo di iscrizione ad esclusione dell'imposta di bollo virtuale, di € 16,00. Ai fini del rimborso occorre far pervenire alla Segreteria Studenti del Dipartimento, apposita domanda, corredata di copia fronte/retro di un valido documento di riconoscimento, redatta su modulo disponibile alla pagina web <https://www.unimc.it/it/didattica/corsi-post-lauream-e-diploma/modulistica>.

Mancata conferma iscrizione e rinuncia

In caso di mancata conferma dell'iscrizione entro il termine o di esplicita rinuncia degli aventi diritto, possono subentrare le candidate e i candidati risultati idonei secondo l'ordine di graduatoria, a condizione che non sia stato svolto il 20% della didattica in presenza/a distanza. A queste/i è data comunicazione tramite e-mail.

Rinuncia

Per rinunciare agli studi, gli iscritti devono far pervenire alla Segreteria Studenti del Dipartimento, apposita dichiarazione in bollo da € 16,00, redatta su modulo disponibile alla pagina web

<https://www.unimc.it/it/didattica/corsi-post-lauream-e-diploma/modulistica>, corredata di copia fronte/retro di un valido documento di riconoscimento.

In caso di rinuncia non è previsto alcun rimborso di quanto versato. La rinuncia è un atto formale, con il quale si interrompe unilateralmente il proprio rapporto con l'Università degli Studi di Macerata. Essa comporta la perdita dello status di studente ed estingue la carriera, fatti salvi i crediti formativi acquisiti, i quali possono essere sottoposti a convalida.

Art. 17– Consiglio di Direzione del master

La Direttrice del master in “Marketing e direzione aziendale” è la prof.ssa Elena Cedrola. La Vice-Direttrice la prof.ssa Patrizia Silvestrelli.

Sono membri del Consiglio di Direzione: la prof.ssa Antonella Paolini, la prof.ssa Francesca Bartolacci, la prof.ssa Patrizia Silvestrelli, la prof.ssa Michela Soverchia, il prof. Giacomo Gistri, il prof. Alberto Zanutto, la prof.ssa Marta Giovannetti, il prof. Roberto del Gobbo, il dott. Maurizio Giuli, il dott. Giovanni Matarazzo, il dott. Antonio Votino, il dott. Lorenzo Cignali.

Art. 18 – Utilizzo della casella di posta elettronica istituzionale

Le informazioni di carattere amministrativo vengono inviate alle iscritte e agli iscritti tramite e-mail all'indirizzo di posta elettronica istituzionale formato dallo username assegnato in fase di registrazione, seguito da @studenti.unimc.it (es. m.rossi@studenti.unimc.it).

La casella di posta elettronica è attiva dal momento in cui viene perfezionata l'iscrizione al corso. Per accedere alla propria casella di posta elettronica collegarsi al sito web login.unimc.it.

Gli iscritti sono tenuti a consultare con regolarità la casella di posta elettronica.

Art. 19 – Trattamento dei dati personali

I dati personali forniti sono trattati per le operazioni connesse all'iscrizione e alla frequenza del corso, nel rispetto di quanto previsto dal Regolamento (UE) 2016/679, Regolamento generale sulla protezione dei dati - GDPR. Ulteriori informazioni in merito al trattamento dei dati forniti sono reperibili alla pagina web <https://www.unimc.it/it/privacy-policy> nell'Informativa intitolata “Immatricolarsi ai corsi universitari”.

Art. 20 – Responsabile del procedimento

Il Responsabile del procedimento, ai sensi della L. 241/1990 è la dott.ssa Cinzia Raffaelli, Responsabile amministrativa del Dipartimento di Economia e Diritto.

Art. 21 – Norme finali

Per quanto non contemplato nel presente bando si rinvia alla normativa vigente in quanto compatibile.

RIEPILOGO IMPORTI E TASSE

Iscrizione intero corso per studenti e uditori	€ 3.000,00
Iscrizione modulo di base singolo	€ 120,00
Iscrizione modulo di approfondimento singolo	€ 250,00

RIEPILOGO SCADENZE

TIPOLOGIA	SCADENZA
Domanda di iscrizione entro il:	20 gennaio 2025
Conferma di iscrizione mediante pagamento della I° rata, entro il:	17 febbraio 2025
Pagamento II° rata, entro il:	26 giugno 2025
Inizio attività didattiche	Marzo 2025
Conseguimento titolo	Marzo 2026

INFORMAZIONI E CONTATTI

Responsabile Ufficio Didattica e studenti	Dott. Massimiliano Strada (e-mail: m.strada@unimc.it ; telefono: 0733258.2771).
Ufficio di Segreteria del Master	Dott.ssa Carmen Buttino (e-mail: carmen.buttino@unimc.it ; telefono: 0733258.2518).

La Direttrice del Dipartimento di Economia e Diritto

Prof.ssa Elena Cedrola