

Regolamento didattico

Corso di Laurea Magistrale in Management ai sensi del D.M. 22 ottobre 2004, n. 270 e decreti successivi

Direttore del Corso di Studi: Prof. Fabian Homberg fhomberg@luiss.it

Denominazione del corso e classe di riferimento

È istituito il Corso di Laurea Magistrale in Management Classe LM-77 Scienze economico-aziendali ai sensi del DM 270/04.

Il Corso di Laurea Magistrale in Management è erogato totalmente in lingua inglese.

La struttura didattica responsabile del corso di studio è la Graduate School (di seguito School).

Il presente Regolamento si applica agli studenti immatricolati nell'a.a. 2026/2027.

Modalità di erogazione del corso

Il Corso di Laurea Magistrale in Management è erogato secondo la modalità di didattica convenzionale.

Crediti formativi universitari

Ad ogni credito formativo corrispondono 25 ore di impegno complessivo per lo studente, di cui 6-10 ore come didattica frontale e la rimanente parte come studio personale.

A norma di quanto previsto dal Regolamento didattico di Ateneo, il carico didattico di ciascuna attività formativa deve essere rigorosamente proporzionato al numero di crediti previsto per l'attività stessa in relazione alla preparazione personale da parte dei discenti.

Obiettivi formativi specifici del Corso

Il Corso di studi in Management, è un Corso di Laurea Magistrale erogato in modalità convenzionale e esclusivamente in lingua inglese offrendo una formazione solida e coerente nei principali ambiti del management, garantendo al tempo stesso una elevata versatilità nei percorsi di specializzazione. L'obiettivo è quello di formare professionisti capaci di operare efficacemente in contesti dinamici e complessi, rispondendo alle esigenze del mercato del lavoro contemporaneo.

Il progetto didattico sarà ampio e flessibile permetterà agli studenti di approfondire non solo le competenze chiave del management, ma anche le aree legate alla consulenza aziendale, alla gestione strategica internazionale, all'entrepreneurship ed all'innovazione, il funzionamento dei mercati di lusso e della moda, e alla gestione della transizione digitale e tecnologica.

Questo approccio interdisciplinare consentirà agli studenti di acquisire una preparazione completa e altamente specializzata, rispondendo alle sfide attuali delle organizzazioni, tra cui la trasformazione digitale, le pratiche manageriali sostenibili e la creatività necessaria per la competitività delle aziende. Il corso offrirà dunque una formazione che combina solide basi teoriche con un approccio pratico e applicato, fornendo agli studenti strumenti avanzati per affrontare le sfide strategiche del futuro. Il corso si declina su alcuni concetti chiave come l'interconnessione, le interdipendenze e la creazione di valore (interpretato come valore per gli azionisti e per i membri delle organizzazioni, e nella sua accezione più ampia come impatto e purpose), una collaborazione multi-attoriale con una visione di lungo termine. Il corso fornisce ai laureati un'approfondita conoscenza dei fenomeni delle organizzazioni e degli strumenti di analisi - qualitativi e quantitativi - da utilizzare in contesti organizzativi di grandi, medie e piccole dimensioni, inclusi contesti internazionali.

La combinazione di tali conoscenze, con un approccio innovativo alla didattica, consente agli studenti di sviluppare nuove capacità per affrontare problematiche inerenti alla gestione di strutture organizzative complesse, la gestione del cambiamento, la predisposizione e attuazione di progetti di business, lo sviluppo di misure operative nell'ambito delle diverse funzioni aziendali, la sperimentazione di soluzioni tecnologiche, l'analisi dei processi decisionali e organizzativi interessati dalle ormai pervasive transizioni tecnologica ed ecologica.

I laureati saranno in grado di applicare soluzioni operative nelle varie funzioni aziendali, analizzare processi decisionali e organizzativi e gestire le trasformazioni legate alla digitalizzazione. Questa combinazione di conoscenze teoriche e pratiche prepara i futuri manager a rispondere alle sfide organizzative in modo efficace e competitivo.

Dal punto di vista dell'offerta formativa, il Corso di Studi prevede al primo anno un insieme di insegnamenti comuni finalizzati a fornire a tutti gli studenti una solida base multidisciplinare. Tali insegnamenti coprono aree fondamentali come i metodi quantitativi per il management, la contabilità e la misurazione delle performance aziendali, la progettazione organizzativa in contesti di cambiamento, il marketing strategico avanzato e l'economia internazionale.

Completano il quadro insegnamenti centrati sull'analisi dei mercati e della regolazione, sulla finanza aziendale avanzata, sul processo decisionale manageriale e sulla formulazione della strategia d'impresa. Attraverso questo percorso, gli studenti sono messi nelle condizioni di approfondire tematiche centrali del management, con particolare attenzione alla consulenza aziendale, alla gestione strategica e alla trasformazione digitale.

Inoltre, lo studente potrà arricchire e completare il proprio percorso formativo con insegnamenti trasversali.

Questa struttura garantisce un'elevata flessibilità e la possibilità di costruire un percorso coerente con i propri obiettivi professionali, coniugando solide basi teoriche con un forte orientamento applicativo e internazionale.

Il Corso di Studi prevede un'impostazione didattica che coniuga rigore accademico e forte orientamento

applicativo. Le lezioni si svolgono in classi a numero contenuto per favorire un'interazione diretta e costante tra docenti e studenti, e includono attività integrative quali workshop tematici e laboratori pratici. Questi percorsi mirano a sviluppare le competenze trasversali indispensabili per un rapido inserimento nel mercato del lavoro, grazie a collaborazioni consolidate con imprese, enti pubblici, organizzazioni non profit e attori del sistema dell'innovazione. Tali collaborazioni sono regolate da accordi ispirati a principi di responsabilità, integrità e impatto sociale nella ricerca e nella formazione.

L'approccio didattico innovativo è garantito da un corpo docente di elevata qualificazione, che unisce un'esperienza accademica di rilievo a consolidate competenze professionali e di ricerca. Questo consente di tradurre i contenuti teorici in esempi concreti e casi di studio, per mostrare agli studenti come le conoscenze acquisite si declinano in contesti aziendali reali. Inoltre, il corso offre l'opportunità di entrare a far parte di una rete articolata di relazioni istituzionali, economiche e internazionali, utile per ampliare le prospettive di carriera e di crescita professionale.

Il CdS prevede classi con un numero limitato di studenti, una didattica aggiuntiva composta da laboratori, workshop e testimonianze. In particolare, i laboratori prevederanno un percorso che permetterà di acquisire le competenze trasversali necessarie per un immediato ingaggio ed un inserimento tempestivo nel mondo del lavoro: ciò grazie anche a collaborazioni con imprese e organizzazioni leader nel settore pubblico, privato, sociale, scientifico e civico istituite e governate sulla base di protocolli orientati alla responsabilità nella ricerca e nell'innovazione.

Attraverso le diverse attività, gli studenti impareranno a sviluppare un progetto innovativo, a portarlo avanti in chiave imprenditoriale e definire l'organizzazione del lavoro. Inoltre, l'innovatività del corso è supportata da docenti con esperienza a livello professionale corroborata da rilevanti esperienze di ricerca.

Le attività affini sono necessarie al completamento degli obiettivi formativi del corso di studio. Al secondo anno gli studenti possono scegliere un curriculum e le attività affini sono pensate sia per approfondire topics ritenuti particolarmente importanti sia in coerenza con i profili professionali in uscita o il proseguimento verso percorsi di dottorato.

Da una parte, in un'ottica trasversale o "orizzontale", le attività affini riguardano le attività fondamentali nella gestione d'impresa, e nella catena del valore aziendale, quali ad esempio il management e il marketing, spesso con un'attenzione speciale alle problematiche specifiche delle imprese internazionali. Dall'altra, invece, in un'ottica "verticale", approfondiscono le problematiche generali relative alla gestione delle attività in specifici settori industriali e con particolare riferimento alla gestione del rapporto con il mercato.

Si approfondiscono, quindi, le metodologie di analisi, in chiave economica e finanziaria, necessarie per lo sviluppo e la creazione di nuove imprese, con particolare riferimento alla formulazione dei business plan, per la valutazione dei flussi finanziari e per l'analisi e determinazione dei rischi e dei loro impatti sul valore economico delle imprese.

Parallelamente, si consentono, l'approfondimento delle metodologie di analisi e degli strumenti per la progettazione delle architetture organizzative e operative, per la gestione delle risorse umane e per lo

sviluppo dei meccanismi e sistemi di incentivazione e retribuzione funzionali allo sviluppo e alla realizzazione dei piani strategici dell'impresa.

Nell'a.a. 2026-2027 gli insegnamenti offerti tra le attività affini e integrative sono i seguenti:

- Per Entrepreneurship and Innovation
 - Entrepreneurial Finance - ECON-09/A
 - Business Modeling & Planning - ECON-07/A
 - Organizing Innovation - ECON-08/A
- Per International Management
 - Advanced Corporate Finance - ECON-09/A
 - Advanced Issues in International HRM & Organizational Behaviour - ECON-07/A
 - International Business - ECON-07/A
- Per Luxury, Fashion and Made in Italy
 - Tourism Management - ECON-07/A
 - Fashion Management - ECON-07/A
 - Luxury Management - ECON-07/A

Conoscenze richieste per l'accesso e modalità di ammissione

Per essere ammesso al corso di laurea magistrale, lo studente deve essere in possesso di una laurea nelle classi seguenti, o nelle equivalenti classi ex D.M. 509/1999, oppure di altro titolo conseguito all'estero, riconosciuto idoneo in base alla normativa vigente:

- L-18 (DM 270/04) e 17 (DM 509/99) Scienze dell'economia e della gestione aziendale
- L-33 (DM 270/04) e 28 (DM 509/99) Scienze Economiche

Gli studenti provenienti da classi di laurea diverse da quelle sopraindicate possono essere ammessi solo se in possesso di almeno 24 crediti formativi universitari complessivi (conseguiti o da conseguire) all'interno di almeno tre dei seguenti ambiti disciplinari:

- Aziendale (ECON-06/A; ECON-07/A; ECON-08/A; ECON-09/A; ECON-09/B)
- Economico (ECON-01/A; ECON-04/A)
- Statistico (STAT-01/A; STAT-02/A; STAT-03/A; STAT-04/A; MATH-03/A; MATH-03/B)
- Giuridico (GIUR-01/A; GIUR-02/A; GIUR-03/A; GIUR-05/A; GIUR-06/A; GIUR-09/A; GIUR-10/A)

Inoltre, per essere ammessi è necessario possedere un livello di competenza della lingua inglese almeno pari a B2 verificato sulla base delle modalità previste dai Bandi di concorso di ammissione.

Fermo restando quanto sopra, l'iscrizione è subordinata alla verifica della personale preparazione definita annualmente con delibera degli Organi Accademici.

La Luiss Guido Carli stabilisce annualmente, con delibera dei propri Organi accademici, le modalità per l'espletamento delle procedure di ammissione ai corsi di laurea magistrali. Per conoscere tempistiche e modalità di ammissione si rimanda a quanto pubblicato sul sito di Ateneo: <https://www.luiss.it/entra-luiss/ammissione-magistrali>

Considerato che gli obiettivi formativi qualificanti della classe stabiliscono che i laureati debbano essere in grado di utilizzare fluentemente, in forma scritta e orale, almeno una lingua straniera oltre l'italiano, con riferimento anche ai lessici disciplinari, a tutti gli studenti verrà erogata un'attività didattica in lingua straniera. Per gli studenti stranieri è, inoltre, possibile partecipare ad un corso di lingua italiana.

Passaggio interno tra corsi di studio e abbreviazione di corso

Gli organi competenti valutano, caso per caso, nel rispetto e nei limiti delle norme e delle delibere vigenti, l'ammissione, l'anno d'iscrizione ed il riconoscimento dei crediti formativi universitari secondo il criterio della coerenza con gli obiettivi stabiliti nel relativo ordinamento didattico.

Al momento del riconoscimento degli esami viene attribuito il numero di crediti assegnato dal nuovo corso di laurea a ciascuna disciplina, a prescindere da quelli attribuiti dal corso di studi di provenienza.

Tutte le relative informazioni e i dettagli sono disponibili sul sito internet di Ateneo

<https://www.luiss.it/studenti/segreteria-studenti/lauree-magistrali/passaggio-interno-tra-corsi-di-laurea> e <https://www.luiss.it/it/studenti/segreteria-studenti/lauree-magistrali/abbreviazione-di-corso>

Integrazione e rafforzamento delle competenze in ingresso

Agli studenti immatricolati, ammessi a seguito delle diverse forme di selezione, viene reso disponibile un questionario di autovalutazione, volto a verificare la personale preparazione dello studente.

Il test non dà luogo a valutazioni o penalità ma serve soltanto a rendere lo studente consapevole di eventuali lacune, che possono essere colmate attraverso lo studio o l'approfondimento di materiali individuati dai Direttori e messi a disposizione degli studenti

L'Ateneo mette a disposizione servizi di supporto volti ad integrare e consolidare le conoscenze richieste in ingresso, e a favorire l'integrazione di studenti provenienti da diverse università (cfr. Sezione 2 del Manuale Servizi: <https://www.luiss.it/ateneo/quality-assurance/didattica>.)

Regole di propedeuticità

Il Consiglio di School stabilisce, ove lo ritenga necessario, i vincoli di propedeuticità che lo studente è tenuto a rispettare nella successione degli esami di profitto. Tali propedeuticità vengono deliberate annualmente dal Consiglio del School e rese note attraverso il sito internet della School.

Non sono previste per la coorte 2026/2027 regole di propedeuticità. Tuttavia, è data possibilità ai docenti di indicare nei syllabus eventuali conoscenze pregresse ritenute utili al sostenimento dell'esame.

Presentazione dei piani di studio

A novembre/dicembre del primo anno di corso, lo studente deve effettuare la scelta:

- dell'Indirizzo tra quelli di seguito proposti:
 - Entrepreneurship and Innovation
 - International Management
 - Luxury, Fashion and Made in Italy
- Del corso di lingua straniera obbligatoria

Alla fine del primo anno di corso, lo studente deve effettuare la scelta:

- due insegnamenti **elettivi** (da 6 CFU ciascuno), che si svolgeranno nel secondo anno.

Le tempistiche e modalità di scelta per l'indirizzo e per gli insegnamenti elettivi vengono pubblicate sul sito della School nella sezione apposita e comunicate agli studenti.

Corsi liberi

Lo studente può effettuare la scelta di corsi liberi tra tutti gli insegnamenti attivi in Ateneo.

In nessun caso la valutazione riportata concorre a fare media o potrà valere ai fini dei requisiti di merito per l'assegnazione di borse di studio. I CFU relativi ai corsi liberi sono in sovrannumero, di conseguenza, non sono considerati ai fini del raggiungimento dei 120 CFU previsti dall'ordinamento del corso di laurea. Non è inoltre possibile richiedere la tesi in un insegnamento sostenuto come corso libero.

L'inserimento di corsi liberi aggiuntivi non obbliga lo studente a sostenere il relativo esame di profitto e quindi può richiederne l'eliminazione dal piano di studi. In caso di verbalizzazione dell'esame, invece, non potrà essere eliminato e l'esito sarà regolarmente certificato nel curriculum universitario.

Il piano di studi è valido e può essere approvato solo ove l'insieme delle attività in esso contemplate corrisponda ai vincoli stabiliti dall'ordinamento didattico del Corso di Laurea e comporti l'acquisizione di un numero di crediti non inferiore a quello richiesto per il conseguimento del titolo di studio. Tutti i piani di studi devono essere approvati dal Dean della School.

Lo studente fuori corso che voglia modificare il proprio piano di studi è tenuto ad iscriversi come studente ripetente.

Eventuali modifiche al piano di studi, adeguatamente motivate, dovranno essere autorizzate dal Dean della School o suo delegato.

Mobilità obbligatoria

Al fine di garantire una formazione adeguatamente competitiva agli studenti iscritti ai Corsi di Studio attualmente presenti in ranking internazionali, è stato deliberato, a partire dalla coorte 2026/27 dei Corsi di Studio in Management e in Finance, l'obbligo – per tutti gli studenti – di almeno una esperienza all'estero, che sia di studio (es. Double Degree, Exchange, Erasmus, Free-mover ecc.) o di tirocinio.

Tutte le relative informazioni sui piani di studio, i dettagli e le tempistiche sono disponibili sul sito internet di Ateneo <https://www.luiss.it/studenti/segreteria-studenti> in particolare <https://www.luiss.it/studenti/segreteria-studenti/lauree-magistrali/piano-di-studi-regole-la-compilazione>.

Obblighi di frequenza

La frequenza ai corsi è obbligatoria (art. 39 comma 2 – “Doveri degli studenti” del Regolamento Didattico di Ateneo)

Per poter accedere agli esami e alle altre verifiche di profitto lo studente deve aver frequentato gli insegnamenti previsti dal proprio piano di studi. Le presenze a lezione vengono monitorate dal docente.

Informazioni relative ai tipi di attività didattica

Le attività didattiche, ivi comprese le lingue, le abilità informatiche e le attività di laboratorio si realizzano con l'affiancamento alla didattica tradizionale di metodologie didattiche innovative (es. uso di software di simulazione, integrazione con moduli in eLearning, progetti) nonché facendo ricorso a lezioni teoriche, esercitazioni pratiche, testimonianze di professionisti di consolidata esperienza, infine approfondimenti (in piccoli gruppi e individuali) con presentazioni in aula.

Le conoscenze, competenze e abilità che lo studente dovrà dimostrare di aver acquisito al termine del corso di studio e/o singolo insegnamento, sono:

- relativamente alla **Conoscenza e capacità di comprensione**: conoscenze e capacità di comprensione che estendono e/o rafforzano quelle tipicamente associate al primo ciclo e consentono di elaborare e/o applicare idee originali, spesso in un contesto di ricerca;
- relativamente alla **Conoscenza e capacità di comprensione applicate**: capacità di applicare le loro conoscenze, capacità di comprensione e abilità nel risolvere problemi a tematiche nuove o non familiari, inserite in contesti più ampi (o interdisciplinari) connessi al proprio settore di studio;
- relativamente alla **Autonomia di giudizio**: capacità di integrare le conoscenze e gestire la complessità, e di trarre proprie conclusioni anche sulla base di informazioni limitate o incomplete, includendo la riflessione sulle responsabilità sociali ed etiche collegate all'applicazione delle loro conoscenze e giudizi;
- relativamente alle **Abilità comunicative**: capacità di comunicare in modo chiaro e privo di ambiguità le loro conclusioni, nonché le conoscenze e la ratio ad esse sottese, a interlocutori specialisti e non specialisti;
- relativamente alla **Capacità di apprendere**: capacità di apprendimento che consentano loro di continuare a studiare per lo più in modo auto-diretto o autonomo.
- la familiarità con le **tecnologie dell'informazione**.

Gli insegnamenti si svolgono di norma entro un singolo semestre. In relazione ad esigenze specifiche, il Consiglio di School può prevedere lo svolgimento degli insegnamenti sull'arco di più semestri ovvero secondo diverse scansioni (annualità, trimestre, quadrimestre) funzionali all'organizzazione della

didattica. Il numero delle ore settimanali e la loro distribuzione sono determinati in relazione ai CFU, al syllabus e alle esigenze di funzionalità del calendario didattico.

Alla luce di quanto stabilito dal Regolamento didattico di Ateneo, di norma, non è ammessa la sovrapposizione tra i periodi dedicati alla didattica e quelli dedicati alle prove d'esame ed alle altre verifiche della preparazione dello studente.

I docenti responsabili di insegnamenti che si svolgono in più canali sono tenuti a concordare e coordinare i rispettivi programmi d'insegnamento.

Nei casi di insegnamenti previsti dall'ordinamento del Corso di laurea, ma che quest'ultimo non possa attivare nel proprio ambito per assenza temporanea o per mancanza dei docenti cui di norma sono assegnati, è consentito ricorrere alla mutuaione degli stessi, se attivati presso altri Corsi di Studio di livello equivalente, e comunque previo accertamento della loro funzionalità rispetto ai percorsi didattici ai quali devono servire.

Modalità per la verifica del profitto e tipologie degli esami previsti

Per acquisire i crediti che l'ordinamento didattico riserva alle attività formative caratterizzanti, affini/integrative ed a tutte le altre attività autonomamente scelte dagli studenti, purché coerenti con il percorso formativo, lo studente deve superare il relativo esame di profitto, che può svolgersi in forma orale e/o scritta. La votazione viene espressa in trentesimi. Il voto minimo per il superamento dell'esame è di diciotto trentesimi; il voto massimo è di trenta trentesimi, con eventuale lode. Come previsto dall'art. 28, comma 3 del Regolamento didattico di Ateneo, il voto dell'esame finale non può essere rifiutato. Nel caso di prove scritte, è consentito allo studente per tutta la durata delle stesse di ritirarsi. Nel caso di prove orali, è consentito allo studente di ritirarsi fino al momento antecedente la comunicazione della valutazione di merito che interviene a conclusione dell'esame.

L'Ordinamento didattico riserva alle altre attività ex art. 10, comma 5 del D.M. 270/2004, un determinato numero di CFU, previa acquisizione della relativa idoneità.

Per discipline formate da due o più moduli coordinati, i docenti dei vari moduli, dopo aver fissato di comune accordo le date degli appelli d'esame, partecipano alla valutazione collegiale complessiva del profitto dello studente e contribuiscono al voto finale in modo proporzionale ai crediti del proprio modulo. Tutte le prove orali di esame sono pubbliche. Qualora siano previste prove scritte, il candidato ha il diritto di prendere visione dei propri elaborati dopo la correzione.

Ad esclusione di quelle conseguite nei corsi liberi, tutte le votazioni conseguite negli esami concorrono, unitamente ai crediti acquisiti, alla definizione della media ponderata finale.

Viene garantita agli studenti la possibilità di svolgere gli esami di profitto anche su corsi non più erogati, e presenti nel loro piano di studi, o il cui programma ha subito variazioni a livello di contenuto e di CFU.

A tal fine il docente titolare della cattedra può richiedere allo studente delle integrazioni al programma del corso pregresso o aggiornamento dei contenuti.

L'Ateneo può valutare la possibilità di offrire corsi seminariali integrativi.

Regole per la composizione e il funzionamento delle commissioni di esame di profitto

Le Commissioni giudicatrici degli esami sono nominate dal Dean della School e sono composte da almeno due membri, il primo dei quali è il titolare dell'insegnamento e svolge le funzioni di Presidente della Commissione; gli altri membri sono docenti esperti in materia, scelti tra i docenti di ruolo di Ateneo oppure tra i titolari di contratto di insegnamento e/o contratto integrativo e/o cultori della materia.

La verbalizzazione degli esami avviene in modo informatico tramite procedura on line e firma digitale certificata del verbale da parte del Presidente di Commissione.

Gli appelli d'esame devono avere inizio alla data e all'orario pubblicati e in nessun caso possono essere anticipati. Per motivate ragioni il Presidente della Commissione può posticipare l'inizio dell'appello, dandone tempestiva comunicazione agli interessati ed agli uffici didattici ed organizzativi dell'Ateneo.

La valutazione del profitto in occasione degli esami può tenere conto dei risultati conseguiti in eventuali prove di verifica o colloqui sostenuti durante lo svolgimento del relativo corso.

Orientamento in itinere e tutorato

L'attività di Orientamento in itinere viene svolta mediante azioni di monitoraggio continuo effettuate dal **Tutorato** ed ha la funzione specifica di accompagnare lo studente al completamento del corso di studi e di indirizzarlo nel percorso più conforme alle sue aspettative. L'obiettivo è duplice: (a) garantire un elevato grado di regolarità nel percorso formativo e (b) coerenza nelle scelte curriculari ed extra curriculari in modo da guidare lo studente in un percorso consapevole di sviluppo delle proprie aspettative e del proprio progetto post-laurea.

Il corso di studio si avvale dei seguenti servizi per il monitoraggio e l'orientamento in itinere degli studenti:

- attività di supporto agli studenti da parte dei **Tutor di Ateneo** nella programmazione degli esami e nella pianificazione dello studio, nella scelta della specializzazione e degli esami opzionali, nella definizione dei piani di studi per gli studenti che aderiscono ai programmi di scambio all'estero, nella scelta della materia e dell'argomento per l'elaborato finale.
- attività di supporto agli studenti da parte del **Tutorato accademico** con l'obiettivo di favorire l'apprendimento degli studenti e di approfondire la loro preparazione in modo sinergico e coordinato con docenti e collaboratori di cattedra. Un'attenzione particolare e un monitoraggio continuo sono rivolti agli studenti che mostrano ritardi nel sostenimento degli esami e difficoltà di altra natura (personale e/o familiare).
- supporti di tutorato specifici per categorie di studenti: tutor per studenti sportivi, Tutor For International Students, tutor del servizio di inclusività per studenti con DSA e/o con disabilità.

Tutte le informazioni sul Servizio di Tutorato sono disponibili sul sito internet di Ateneo:

<https://www.luiss.it/studenti/tutorato>

Tutte le attività di orientamento in ingresso, tutorato e accompagnamento al lavoro, relative ai corsi di laurea magistrale della Luiss, vengono descritte puntualmente nelle Sezioni 1, 2 e 3 del Manuale dei Servizi disponibile nella sezione <https://www.luiss.it/ateneo/quality-assurance/didattica>.

Internship

L'Ateneo promuove, in conformità con quanto previsto dalle vigenti normative nazionali e regionali, l'attivazione di internship formativi curriculari ed extracurriculari, in Italia e all'estero.

Il piano di studi prevede come attività obbligatoria ai fini dell'ottenimento di 6 CFU lo svolgimento di un tirocinio o di un project work.

Per l'individuazione dell'internship in Italia e all'estero è possibile candidarsi alle posizioni aperte nel portale dedicato al recruiting e messo a disposizione dall'Università [Career Center](#).

Una volta individuato l'internship, tramite il Career Center o altri canali, la sua attivazione deve avvenire a cura dell'employer tramite la [Piattaforma](#) Tirocini curriculari.

Per qualsiasi necessità è possibile rivolgersi all'ufficio Career Service (careerservice@luiss.it) che accompagna studenti e alumni nell'ingresso nel mondo del lavoro attraverso:

- [Incontri di orientamento alla carriera](#)
- [Eventi con gli employer](#)
- [Opportunità di internship e lavoro](#)

Per maggiori informazioni è possibile consultare:

- [Il regolamento tirocini curriculari](#)
- La pagina online del [Career Service](#)
- Il [manuale dei Servizi](#) pubblicato sul sito di Ateneo

Criteri e modalità di svolgimento della prova finale

L'esame di laurea consiste nella discussione e valutazione di una dissertazione scritta (tesi) in lingua inglese.

La tesi dovrà essere elaborata in modo originale dallo studente sotto la guida di un relatore e dovrà manifestare la maturità critica, letteraria, tecnico-scientifica corrispondente alle figure culturali e professionali specifiche della laurea magistrale. L'argomento viene assegnato al laureando da docenti che siano (o siano state/stati) titolari dell'insegnamento scelto o comunque competenti nella materia e che, all'atto della richiesta, risultino come docenti di ruolo o a contratto dell'Ateneo. La predisposizione del lavoro di tesi deve essere attinente ad un insegnamento nel quale il laureando abbia sostenuto l'esame o di cui abbia ottenuto il riconoscimento/convalida, ad esclusione di seminari, insegnamenti di lingua, insegnamenti che prevedono un'idoneità/giudizio, di tutte le attività didattiche con voto escluso da media e dei corsi liberi. La tesi qualifica in modo significativo il percorso formativo ed è il risultato di un'attività di ricerca, svolta sotto la guida di un docente relatore, su un tema riconducibile alle discipline che caratterizzano il curriculum dello studente. Nella tesi lo studente deve dimostrare padronanza delle basi metodologiche degli ambiti disciplinari rilevanti e deve approfondire un argomento specifico sviluppando aspetti teorici o aspetti applicativi e di natura empirica.

Il Relatore unitamente al Correlatore saranno garanti del lavoro svolto.

La tesi, una volta approvata dal relatore e dal correlatore, viene discussa davanti ad una Commissione nominata dal Dean della School. La Commissione è formata da almeno cinque membri ed è presieduta da un docente di ruolo interno.

Il voto di laurea, espresso in centodecimi, con eventuale lode, viene attribuito all'unanimità dalla Commissione di laurea, su proposta del relatore, sulla base del curriculum dello studente. La valutazione deve tener conto della maturità scientifica e della preparazione attestata attraverso l'esame di laurea. Solo in caso di lode, può essere concessa all'unanimità anche una speciale menzione.

Il numero dei crediti attribuiti alla tesi è riportato nella tabella delle attività formative (v. oltre).

I criteri di attribuzione del punteggio di laurea sono deliberati dal Senato Accademico.
<http://www.luiss.it/studenti/segreteria-studenti/lauree-magistrali/assegnazione-tesi-ed-esame-di-laurea>.

Tutte le relative informazioni e i dettagli sono disponibili alla pagina
<http://www.luiss.it/studenti/segreteria-studenti/lauree-magistrali>

Management

LM-77 R – Scienze economico aziendali

ATTIVITÀ FORMATIVE

I anno – a.a. 2026/2027

I semestre

Codice	Insegnamento	SSD	CFU
M292	Advanced marketing management	ECON-07/A	8
MNG03	Financial Reporting, Performance & ESGs	ECON-06/A	6
M294	Managerial decision making	ECON-01/A	6
MNG04	Research & Evidence: Data, Methods & Design	STAT-02/A	6

II semestre

Major: Entrepreneurship and Innovation

Codice	Insegnamento	SSD	CFU
MNG05	Entrepreneurial Finance	ECON-09/A	6
MNG06	Intellectual property rights	GIUR-02/A	6
M295	Corporate strategy	ECON-07/A	8

MNG07	Entrepreneurship	ECON-07/A	6
MNG08	Economics for Entrepreneurs and Innovators	ECON-01/A	6

// semestre

Major: International Management

Codice	Insegnamento	SSD	CFU
M222	Advanced Corporate Finance	ECON-09/A	6
M009	Markets, regulations and law	GIUR-02/A	6
MNG09	Corporate Strategy and Sustainability	ECON-07/A	8
MNG10	Organization Design	ECON-08/A	6
M290	International Economics	ECON-01/A	6

// semestre

Major: Luxury, Fashion and Made in Italy

Codice	Insegnamento	SSD	CFU
MNG11	Tourism Management	ECON-07/A	6
MNG12	Intellectual Property Rights	GIUR-02/A	6
MNG13	Strategic Management for Luxury Markets	ECON-07/A	8
MNG14	Creative industries and business model innovation	ECON-07/A	6
MNG15	Economics of Luxury Goods & Fashion Markets	ECON-01/A	6

II anno – a.a. 2027/2028

I semestre

Major: Entrepreneurship and Innovation

Codice	Insegnamento	SSD	CFU
M083	Organizing Innovation	ECON-08/A	6
M221	Business Modeling & Planning	ECON-07/A	6
	2 elettivi		12

I semestre

Major: International Management

Codice	Insegnamento	SSD	CFU
SS1	International Business	ECON-07/A	6
MGN16	Advanced Issues in international HRM & Organizational Behavior	ECON-07/A	6
	2 elettivi		12

I semestre

Major Luxury, Fashion and Made in Italy

Codice	Insegnamento	SSD	CFU
SAC	Luxury Management	ECON-07/A	6
SDS	Fashion Management	ECON-07/A	6
	2 elettivi		12

Ulteriori crediti

Attività	CFU
Lingua straniera obbligatoria	4
Internship or Project work	6
Certificate 1	6
Certificate 2	6
Prova finale	16
Totale CFU	120

Obiettivi Formativi degli Insegnamenti

Entrepreneurship and Innovation

I anno

- **Advanced Marketing Management**

Il corso di Advanced Marketing Management si propone di offrire agli studenti una visione approfondita e strategica del marketing, con un forte orientamento alla creazione di valore per l'impresa. Pensato per studenti della laurea magistrale in Management (in particolare per chi segue il curriculum in Luxury, Fashion & Made in Italy), il corso mira a costruire competenze avanzate per affrontare le sfide del marketing contemporaneo in un contesto economico sempre più complesso e interconnesso.

- **Financial Reporting, Performance & ESGs**

Il corso Financial Reporting, Performance & ESGs si propone di fornire agli studenti una comprensione avanzata dei sistemi di reporting finanziario e non finanziario, ponendo particolare attenzione alla misurazione della performance aziendale e all'integrazione delle metriche ESG (Environmental, Social & Governance) nei processi decisionali e di rendicontazione. Il corso affronta in modo sistematico le logiche di redazione e interpretazione del bilancio d'esercizio, con un focus specifico sul collegamento tra dati contabili e scelte strategiche. Gli studenti apprendono come leggere, riclassificare e analizzare i documenti contabili, per poi utilizzarli come base per la valutazione della performance aziendale e la costruzione di sistemi di controllo direzionale. Una parte fondamentale del corso è dedicata all'evoluzione del concetto di performance, che non si limita più ai soli indicatori economico-finanziari, ma include anche dimensioni ambientali, sociali e di governance, sempre più centrali nel contesto attuale. Attraverso l'analisi dei principali standard internazionali di rendicontazione integrata e sostenibile, gli studenti acquisiscono strumenti per comprendere e sviluppare report ESG, contribuendo così alla costruzione di una cultura manageriale responsabile e orientata al lungo termine.

- **Managerial Decision Making**

Il corso di Managerial Decision Making, offerto nell'ambito della Laurea Magistrale in Management alla LUISS Guido Carli, fornisce agli studenti gli strumenti analitici e concettuali per affrontare le sfide decisionali in contesti complessi e altamente competitivi. Basato sull'applicazione della teoria dei giochi ai problemi di management, il corso si propone di sviluppare una mentalità strategica, aiutando gli studenti a riconoscere e gestire le interdipendenze tra attori economici e organizzativi. Attraverso lo studio di modelli decisionali, giochi sequenziali, strategie dominanti e scenari di equilibrio, gli studenti imparano a formalizzare situazioni reali – come negoziazioni, scelte di pricing, entrata in nuovi mercati o gestione della concorrenza – per prevedere comportamenti e risultati. Il corso si basa su una solida componente teorica, affiancata da numerosi esempi applicativi, analisi di

casi e discussioni in aula, con l'obiettivo di allenare la capacità di prendere decisioni razionali e consapevoli in situazioni caratterizzate da rischio, incertezza e conflitto di interessi.

- **Research & Evidence: Data, Methods & Design**

Il corso Research & Evidence: Data, Methods & Design ha come scopo centrale quello di formare studenti capaci di progettare, realizzare e comunicare ricerche empiriche rigorose basate su dati e metodi quantitativi. Durante il corso, agli studenti vengono assegnati esperimenti da condurre in gruppo. Ogni team ha il compito di analizzare i dataset prodotti utilizzando il software Stata e redigere elaborati quantitativi che rispondano a quesiti specifici. Questa modalità hands-on consente di acquisire familiarità con l'intero ciclo di ricerca: dalla raccolta dati al settaggio degli esperimenti, fino all'analisi statistica.

- **Entrepreneurial Finance**

Il corso Entrepreneurial Finance si propone di guidare gli studenti attraverso le principali fonti di finanziamento per le imprese in fase di crescita—dalle start-up alle PMI—offrendo un quadro completo degli strumenti di equity e debt che caratterizzano l'ecosistema dell'imprenditorialità. Durante il percorso saranno analizzati: il funzionamento del venture capital e del private equity, con un focus sulle strategie di investimento nelle fasi iniziali e nella crescita delle imprese; le initial public offerings (IPO), con riferimento alla struttura del processo e alle motivazioni che spingono un'azienda a quotarsi; le differenze tra finanziamento bancario tradizionale e private debt, evidenziando come quest'ultimo stia emergendo come alternativa flessibile per imprese innovative. Attraverso una combinazione di lezioni introduttive su capital budgeting e valutazione aziendale, seminari con professionisti del settore, casi di studio e visite aziendali, il corso produce un contesto formativo fortemente pratico.

- **Intellectual Property Rights**

Il corso Intellectual Property Rights offre agli studenti della laurea magistrale in Management una comprensione approfondita delle discipline legali ed economiche relative alla protezione dei diritti intellettuali. Il percorso formativo si focalizza sui principali strumenti giuridici e normativi tipici della proprietà intellettuale: brevettabilità, diritti d'autore, marchi, design, segreti industriali, e strumenti moderni per la tutela nell'era digitale. Non si limita dunque a descrivere il quadro normativo, ma analizza anche le strategie operative con cui imprese e professionisti industriali e creativi proteggono e valorizzano le proprie innovazioni. Il corso integra elementi di diritto industriale con riflessioni sulla digitalizzazione, la concorrenza e la gestione del valore immateriale in contesti economici complessi: tecnologia, comunicazione, fashion, start-up e aziende creative. Gli studenti acquisiscono una visione critica, in cui la tutela legale non è vista come un mero obbligo formale, ma come un asset strategico da maneggiare in modo consapevole.

- **Corporate Strategy**

Il corso di Corporate Strategy rappresenta un pilastro fondamentale del percorso magistrale in Management. Il corso si concentra sulle teorie e sui modelli decisionali che guidano la formulazione,

l'implementazione e la revisione delle strategie a livello aziendale. L'obiettivo didattico è far acquisire agli studenti una visione integrata del ruolo strategico delle decisioni di corporate: dall'analisi delle risorse e delle competenze distintive all'organizzazione del portafoglio business, dalle operazioni di fusione e acquisizione ai processi di diversificazione e internazionalizzazione. Grazie a una solida base teorica, arricchita da esempi concreti e casi reali, gli studenti imparano a leggere l'ecosistema competitivo, valutare opzioni strategiche e anticipare le mosse degli stakeholder.

- **Entrepreneurship**

Il corso è pensato per fornire una preparazione solida e incentrata sulla costruzione di nuove imprese e sugli strumenti di finanziamento a supporto della crescita. Il percorso forma gli studenti sui principi dell'imprenditorialità e sulle dinamiche di sviluppo dei progetti imprenditoriali, seguendo due direttrici principali: 1. Business modeling e sviluppo dell'idea imprenditoriale: gli studenti apprendono come trasformare un'idea innovativa in un modello di business sostenibile, identificando il contesto di mercato, il valore proposto e i driver competitivi essenziali. 2. Finanziamento delle start-up: vengono analizzate le principali forme di finanziamento, con un focus sul venture capital, private equity, e altri strumenti di equity. Il corso illustra le dinamiche decisionali degli investitori nelle fasi seed, earlystage e growth, fornendo agli studenti le conoscenze necessarie per dialogare con partner finanziari e strutturare proposte persuasive. Attraverso una mescolanza tra lezioni teoriche, casi reali e testimonianze da parte di professionisti del settore, si promuove l'acquisizione di competenze concreti nella progettazione, validazione e scalabilità di un'impresa.

- **Economics for Entrepreneurs and Innovators**

Il corso si propone di fornire agli studenti gli strumenti economici fondamentali per comprendere le dinamiche di mercato che guidano l'innovazione e la creazione di nuove imprese. È concepito per chi intende sviluppare idee imprenditoriali solide o operare nel settore dell'innovazione, fornendo una base teorica robusta insieme a strumenti analitici applicabili a contesti reali. L'obiettivo principale è quello di introdurre i principi dell'economia industriale, teoria della concorrenza e strategia di mercato in una prospettiva imprenditoriale. Gli studenti imparano a mappare le opportunità e le minacce del mercato, valutare le strutture competitive, anticipare i comportamenti dei concorrenti e definire posizionamenti strategici efficaci e sostenibili nel tempo.

Il anno

- **Organizing Innovation**

Il corso Organizing Innovation esplora le sfide organizzative legate alla creazione, sviluppo e commercializzazione di nuovi prodotti, servizi e processi. L'obiettivo è fornire agli studenti non solo i concetti teorici dell'innovazione, ma anche le strategie per costruire e mantenere organizzazioni capaci di innovare in modo sistematico e sostenibile. All'interno del percorso formativo, vengono analizzati temi come: Il ruolo della creatività interna, del prototipaggio, della sperimentazione e dello sviluppo iterativo di idee; Le strutture organizzative attrezzate per l'innovazione, compresi modelli ambidestri (exploitation vs exploration), reti interne ed esterne di innovazione, e configurazioni

aziendali capaci di sostenere la diffusione delle idee. Attraverso lezioni interattive, approfondimenti teorici ed esercitazioni su casi reali, il corso favorisce un approccio pratico e riflessivo: gli studenti imparano a riconoscere gli ostacoli organizzativi all'innovazione e a progettare soluzioni funzionali alle strategie di crescita e innovazione aziendale.

- **Business Modeling and Planning**

È un insegnamento finalizzato a sviluppare competenze avanzate nella progettazione, analisi e implementazione di modelli di business sostenibili e nella pianificazione strategica ed economico-finanziaria d'impresa. Il corso approfondisce i principali framework teorici e strumenti operativi per la definizione della proposta di valore, la configurazione delle attività chiave e delle risorse strategiche, nonché la costruzione di modelli di creazione, distribuzione e cattura del valore. Particolare attenzione è dedicata ai processi di business planning, alla valutazione della fattibilità economico-finanziaria dei progetti imprenditoriali e alla redazione del business plan quale strumento di pianificazione strategica e comunicazione verso stakeholder e investitori.

Luxury, Fashion and Made in Italy

I anno

- **Advanced Marketing Management**

Il corso di Advanced Marketing Management si propone di offrire agli studenti una visione approfondita e strategica del marketing, con un forte orientamento alla creazione di valore per l'impresa. Pensato per studenti della laurea magistrale in Management (in particolare per chi segue il curriculum in Luxury, Fashion & Made in Italy), il corso mira a costruire competenze avanzate per affrontare le sfide del marketing contemporaneo in un contesto economico sempre più complesso e interconnesso.

- **Financial Reporting, Performance & ESGs**

Il corso Financial Reporting, Performance & ESGs si propone di fornire agli studenti una comprensione avanzata dei sistemi di reporting finanziario e non finanziario, ponendo particolare attenzione alla misurazione della performance aziendale e all'integrazione delle metriche ESG (Environmental, Social & Governance) nei processi decisionali e di rendicontazione. Il corso affronta in modo sistematico le logiche di redazione e interpretazione del bilancio d'esercizio, con un focus specifico sul collegamento tra dati contabili e scelte strategiche. Gli studenti apprendono come leggere, riclassificare e analizzare i documenti contabili, per poi utilizzarli come base per la valutazione della performance aziendale e la costruzione di sistemi di controllo direzionale. Una parte fondamentale del corso è dedicata all'evoluzione del concetto di performance, che non si limita più ai soli indicatori economico-finanziari, ma include anche dimensioni ambientali, sociali e di governance, sempre più centrali nel contesto attuale. Attraverso l'analisi dei principali standard internazionali di rendicontazione integrata e sostenibile, gli studenti acquisiscono strumenti per

comprendere e sviluppare report ESG, contribuendo così alla costruzione di una cultura manageriale responsabile e orientata al lungo termine.

- **Managerial Decision Making**

Il corso di Managerial Decision Making, offerto nell'ambito della Laurea Magistrale in Management alla LUISS Guido Carli, fornisce agli studenti gli strumenti analitici e concettuali per affrontare le sfide decisionali in contesti complessi e altamente competitivi. Basato sull'applicazione della teoria dei giochi ai problemi di management, il corso si propone di sviluppare una mentalità strategica, aiutando gli studenti a riconoscere e gestire le interdipendenze tra attori economici e organizzativi. Attraverso lo studio di modelli decisionali, giochi sequenziali, strategie dominanti e scenari di equilibrio, gli studenti imparano a formalizzare situazioni reali – come negoziazioni, scelte di pricing, entrata in nuovi mercati o gestione della concorrenza – per prevedere comportamenti e risultati. Il corso si basa su una solida componente teorica, affiancata da numerosi esempi applicativi, analisi di casi e discussioni in aula, con l'obiettivo di allenare la capacità di prendere decisioni razionali e consapevoli in situazioni caratterizzate da rischio, incertezza e conflitto di interessi.

- **Research & Evidence: Data, Methods & Design**

Il corso Research & Evidence: Data, Methods & Design ha come scopo centrale quello di formare studenti capaci di progettare, realizzare e comunicare ricerche empiriche rigorose basate su dati e metodi quantitativi. Durante il corso, agli studenti vengono assegnati esperimenti da condurre in gruppo. Ogni team ha il compito di analizzare i dataset prodotti utilizzando il software Stata e redigere elaborati quantitativi che rispondano a quesiti specifici. Questa modalità hands-on consente di acquisire familiarità con l'intero ciclo di ricerca: dalla raccolta dati al settaggio degli esperimenti, fino all'analisi statistica.

- **Tourism Management**

Questo corso guida gli studenti a comprendere le dinamiche complesse del turismo, dalla gestione delle destinazioni fino alla pianificazione strategica delle imprese turistiche. Gli studenti affrontano temi quali l'economia del turismo, l'organizzazione e la gestione delle strutture ricettive, il marketing territoriale e digitale, e le sfide legate alla sostenibilità. Un'attenzione particolare è dedicata allo studio delle strategie di gestione e sviluppo che permettono di valorizzare le risorse locali, garantendo al tempo stesso una crescita responsabile e sostenibile.

- **Intellectual Property Rights**

Il corso Intellectual Property Rights offre agli studenti della laurea magistrale in Management una comprensione approfondita delle discipline legali ed economiche relative alla protezione dei diritti intellettuali. Il percorso formativo si focalizza sui principali strumenti giuridici e normativi tipici della proprietà intellettuale: brevettabilità, diritti d'autore, marchi, design, segreti industriali, e strumenti moderni per la tutela nell'era digitale. Non si limita dunque a descrivere il quadro normativo, ma analizza anche le strategie operative con cui imprese e professionisti industriali e creativi proteggono e valorizzano le proprie innovazioni. Il corso integra elementi di diritto industriale con riflessioni sulla

digitalizzazione, la concorrenza e la gestione del valore immateriale in contesti economici complessi: tecnologia, comunicazione, fashion, start-up e aziende creative. Gli studenti acquisiscono una visione critica, in cui la tutela legale non è vista come un mero obbligo formale, ma come un asset strategico da maneggiare in modo consapevole.

- **Strategic Management for Luxury Markets**

Il corso di Strategic Management for Luxury Markets si focalizza sulle peculiarità e sulle sfide strategiche che caratterizzano il settore del lusso, un mercato globale in continua evoluzione e dalle dinamiche molto sofisticate. L'obiettivo principale del corso è quello di fornire agli studenti le competenze e gli strumenti necessari per comprendere come le aziende di lusso costruiscono e mantengono il loro vantaggio competitivo attraverso strategie mirate di brand management, innovazione, posizionamento e comunicazione. Al termine del corso, i partecipanti saranno in grado di comprendere e formulare strategie efficaci per aziende operanti nel mercato del lusso, preparandosi a ruoli di responsabilità in aziende di moda, cosmetica, gioielleria, automotive di alta gamma e altre realtà del comparto luxury.

- **Creative Industries and Business Model Innovation**

Il corso è dedicato all'approfondimento di un settore in forte crescita e trasformazione: quello delle industrie creative. Queste includono ambiti come arte, design, media, moda, musica, cinema e tecnologie digitali, che si caratterizzano per l'alta intensità di creatività e innovazione. Durante il corso, gli studenti esplorano le peculiarità di queste industrie, focalizzandosi su come le imprese riescano a generare valore attraverso modelli di business innovativi e strategie di gestione capaci di coniugare creatività e sostenibilità economica. Viene analizzato il ruolo centrale dell'innovazione non solo nei prodotti e servizi, ma anche nei processi organizzativi e nei modelli di monetizzazione, indispensabili per competere in un mercato globale e in rapido mutamento.

- **Economics of Luxury Goods and Fashion Markets**

Il corso di Economics of Luxury Goods & Fashion Markets si propone di offrire agli studenti una comprensione approfondita delle dinamiche economiche che caratterizzano due dei settori più prestigiosi e competitivi a livello globale: il lusso e la moda. Questo insegnamento guida gli studenti ad analizzare come le leggi di mercato, i comportamenti dei consumatori e le strategie aziendali si intrecciano in questi ambiti caratterizzati da forte innovazione, creatività e continua evoluzione.

Il anno

- **Luxury Management**

Luxury Management è un insegnamento volto ad analizzare in chiave avanzata i modelli di gestione e le strategie competitive delle imprese operanti nei settori del lusso. Il corso approfondisce le specificità strutturali e dinamiche dei mercati luxury, caratterizzati da elevata intensità simbolica, centralità del brand, controllo della distribuzione, gestione della rarità e valorizzazione dell'heritage.

L'insegnamento affronta, in una prospettiva integrata, i temi del brand management, delle strategie di posizionamento e pricing, della gestione dell'esperienza cliente e dei canali distributivi selettivi, nonché delle politiche di internazionalizzazione e delle dinamiche competitive globali. Particolare attenzione è dedicata ai processi di innovazione, digital transformation e sostenibilità nel contesto delle imprese luxury.

- **Fashion Management**

Questo corso si focalizza sulle specificità manageriali e strategiche dell'industria fashion, combinando visione creativa e rigore gestionale. Attraverso un approccio interdisciplinare, il corso analizza l'intero ciclo di vita del prodotto moda: dalla creatività e sviluppo delle collezioni, fino alla produzione, distribuzione, comunicazione e vendita. Particolare attenzione viene dedicata ai modelli di business del settore, alla gestione del brand, alla costruzione dell'identità stilistica e all'impatto delle nuove tecnologie – inclusi e-commerce, social media e intelligenza artificiale – sul comportamento dei consumatori. Gli studenti affrontano anche i temi della sostenibilità e dell'innovazione, oggi centrali nell'evoluzione dell'industria della moda, imparando a bilanciare esigenze etiche, ambientali e commerciali. Al termine del percorso, gli studenti avranno acquisito competenze gestionali specifiche per il settore moda e saranno in grado di comprendere le logiche strategiche che guidano maison storiche, brand emergenti, piattaforme digitali e supply chain globali.

International Management

I anno

- **Advanced Marketing Management**

Il corso di Advanced Marketing Management si propone di offrire agli studenti una visione approfondita e strategica del marketing, con un forte orientamento alla creazione di valore per l'impresa. Pensato per studenti della laurea magistrale in Management (in particolare per chi segue il curriculum in Luxury, Fashion & Made in Italy), il corso mira a costruire competenze avanzate per affrontare le sfide del marketing contemporaneo in un contesto economico sempre più complesso e interconnesso.

- **Financial Reporting, Performance & ESGs**

Il corso Financial Reporting, Performance & ESGs si propone di fornire agli studenti una comprensione avanzata dei sistemi di reporting finanziario e non finanziario, ponendo particolare attenzione alla misurazione della performance aziendale e all'integrazione delle metriche ESG (Environmental, Social & Governance) nei processi decisionali e di rendicontazione. Il corso affronta in modo sistematico le logiche di redazione e interpretazione del bilancio d'esercizio, con un focus specifico sul collegamento tra dati contabili e scelte strategiche. Gli studenti apprendono come leggere, riclassificare e analizzare i documenti contabili, per poi utilizzarli come base per la valutazione della performance aziendale e la costruzione di sistemi di controllo direzionale. Una parte fondamentale del corso è dedicata all'evoluzione del concetto di performance, che non si limita

più ai soli indicatori economico-finanziari, ma include anche dimensioni ambientali, sociali e di governance, sempre più centrali nel contesto attuale. Attraverso l'analisi dei principali standard internazionali di rendicontazione integrata e sostenibile, gli studenti acquisiscono strumenti per comprendere e sviluppare report ESG, contribuendo così alla costruzione di una cultura manageriale responsabile e orientata al lungo termine.

- **Managerial Decision Making**

Il corso di Managerial Decision Making, offerto nell'ambito della Laurea Magistrale in Management alla LUISS Guido Carli, fornisce agli studenti gli strumenti analitici e concettuali per affrontare le sfide decisionali in contesti complessi e altamente competitivi. Basato sull'applicazione della teoria dei giochi ai problemi di management, il corso si propone di sviluppare una mentalità strategica, aiutando gli studenti a riconoscere e gestire le interdipendenze tra attori economici e organizzativi. Attraverso lo studio di modelli decisionali, giochi sequenziali, strategie dominanti e scenari di equilibrio, gli studenti imparano a formalizzare situazioni reali – come negoziazioni, scelte di pricing, entrata in nuovi mercati o gestione della concorrenza – per prevedere comportamenti e risultati. Il corso si basa su una solida componente teorica, affiancata da numerosi esempi applicativi, analisi di casi e discussioni in aula, con l'obiettivo di allenare la capacità di prendere decisioni razionali e consapevoli in situazioni caratterizzate da rischio, incertezza e conflitto di interessi.

- **Research & Evidence: Data, Methods & Design**

Il corso Research & Evidence: Data, Methods & Design ha come scopo centrale quello di formare studenti capaci di progettare, realizzare e comunicare ricerche empiriche rigorose basate su dati e metodi quantitativi. Durante il corso, agli studenti vengono assegnati esperimenti da condurre in gruppo. Ogni team ha il compito di analizzare i dataset prodotti utilizzando il software Stata e redigere elaborati quantitativi che rispondano a quesiti specifici. Questa modalità hands-on consente di acquisire familiarità con l'intero ciclo di ricerca: dalla raccolta dati al settaggio degli esperimenti, fino all'analisi statistica.

- **Advanced Corporate Finance**

Il corso è sviluppato per aiutare gli studenti a padroneggiare tecniche quantitative avanzate e strumenti pratici, il corso costruisce una solida base per la valutazione finanziaria e decisioni strategiche aziendali.

- **Markets, Regulations and Law**

Questo insegnamento si propone di formare studenti con la capacità di comprendere e valutare l'impatto delle normative legali sulle performance di mercato e aziendali, fornendo strumenti per analizzare i fenomeni competitivi, la regolamentazione economica e le strategie antitrust. Attraverso un approccio integrato, gli studenti studiano: I fondamenti del diritto della concorrenza e le norme antitrust; La regolamentazione dei mercati (inclusi mercati finanziari, utilities, telecomunicazioni), con attenzione agli effetti sulle dinamiche competitive e sull'accessibilità al mercato; Casi reali dove

le decisioni normative (come sanzioni per abuso di posizione dominante o merger blocking) hanno inciso su performance e strategia aziendale.

- **Corporate Strategy and Sustainability**

Il corso si propone di combinare visione strategica e sostenibilità, analizzando il ruolo dei grandi mutamenti globali nello sviluppo di strategie aziendali resilienti e socialmente responsabili. Strutturato intorno all'analisi delle trasformazioni globali – transizione verde, digitalizzazione, evoluzione dei mercati e intermediari, cambiamenti demografici e sociali –, il percorso offre una cornice operativa per comprendere l'impatto di questi trend su modelli di business, operazioni di M&A responsabili e iniziative di crescita esterna orientata agli ESG.

- **Organization Design**

Il corso affronta le sfide moderne nella progettazione organizzativa, fornendo agli studenti gli strumenti per analizzare e strutturare efficacemente le organizzazioni in un contesto globale e dinamico. In un mondo caratterizzato da rapidi cambiamenti, il design organizzativo diventa un'attività continua e una sfida per ogni manager. Questo corso si propone di sviluppare competenze avanzate nella progettazione e gestione delle strutture organizzative, con particolare attenzione all'adattamento alle nuove esigenze del mercato e all'implementazione di strategie efficaci.

- **International Economics**

Il corso si propone di fornire agli studenti una comprensione approfondita delle dinamiche economiche globali e del loro impatto sulle strategie aziendali. In un mondo sempre più interconnesso, è fondamentale per i futuri manager comprendere le forze economiche internazionali che influenzano le decisioni aziendali e le politiche economiche. Il programma del corso include: teoria del commercio internazionale, politiche commerciali, mercati valutari e tassi di cambio, globalizzazione e sviluppo economico.

Il anno

- **International Business**

Questo corso si propone di fornire agli studenti una comprensione approfondita delle dinamiche strategiche e strutturali che caratterizzano le imprese globali. In un contesto economico sempre più interconnesso, è essenziale per i futuri manager acquisire competenze che permettano loro di operare efficacemente su scala internazionale. Il corso esplora le principali teorie e modelli che guidano le decisioni strategiche delle multinazionali, analizzando aspetti quali l'ingresso in nuovi mercati, la gestione delle risorse globali, la governance aziendale internazionale e le relazioni interaziendali. Particolare attenzione è dedicata all'adattamento delle strategie alle diverse realtà culturali, politiche ed economiche dei vari paesi.

- **Advanced Issues in International HRM and Organizational Behaviour**

Il corso volto ad approfondire in chiave avanzata le problematiche strategiche e organizzative connesse alla gestione internazionale delle risorse umane e ai comportamenti organizzativi in contesti multiculturali e globali.

Il corso analizza i modelli di International Human Resource Management (IHRM) con particolare riferimento ai processi di staffing internazionale, gestione degli expatriates, global talent management, sistemi di performance management e politiche retributive in ambito transnazionale. In parallelo, l'insegnamento approfondisce i principali costrutti teorici dell'Organizational Behaviour – leadership, motivazione, dinamiche di gruppo, cultura organizzativa, diversity & inclusion, processi decisionali – evidenziandone le specificità nei contesti globali e nelle organizzazioni multinazionali.