

LUISS



# **Politiche di Ateneo per la programmazione dell'offerta formativa Anno Accademico 2022-2023**

Novembre 2021

LUISS



## Premessa

Luiss è una comunità universitaria di ricerca, insegnamento e apprendimento, radicata in Italia ma internazionale per attitudine, con la vocazione di innovare e tradurre in azione la conoscenza accademica. È' comunità di studio e impresa, che forma **future maker**, dal marcato orientamento imprenditoriale, su modelli didattici innovativi e curricula multidisciplinari, liberi nell'insegnamento come nell'apprendimento, sospinti da perenne curiosità intellettuale e attenti alla sostenibilità sociale.

L'Ateneo organizza dunque le migliori condizioni didattiche e scientifiche per valorizzare il processo formativo di studenti e ricercatori, forgiandoli sulle competenze professionali, imprenditoriali e di leadership. Grazie al **network** offerto dal corpo docente e amministrativo dell'Ateneo, dispone di un sistema unico di relazioni con istituzioni e aziende, che supporta i propri studenti nella transizione scuola-lavoro, rendendoli coscienti delle dinamiche peculiari del mercato italiano e internazionale.

Nel futuro, Luiss si immagina come uno dei luoghi di cambiamento e sperimentazione delle discontinuità per costruire un futuro sostenibile, che sarà alimentato da cambiamenti prodotti dall'intersezione di saperi, culture, inclusione e passioni.

## Obiettivi della progettazione dell'offerta formativa

### 1. Luiss Uniqueness – il modello educativo

Luiss si propone di ispirare cambiamenti profondi nella società attraverso la formazione di una nuova generazione di studenti e laureati di successo, il coinvolgimento di ricercatori rigorosi, la selezione di staff competente, la partecipazione di imprese e istituzioni aperte all'innovazione.

Il concetto di **leadership** collettiva e di cultura o di valori inclusivi sono stati inseriti nel Piano Strategico 2021-2024 con l'obiettivo di superare convenzioni, ruoli e finalità per trasformare i confini in orizzonti.

I valori sono stati declinati su tre dimensioni.:

- valori legati all'essere stesso dell'Ateneo, quindi responsabilità, inclusività e sostenibilità;
- valori legati al suo agire, quindi mobilità, condivisione e passione;
- valori legati al suo immaginare, caratterizzato da discontinuità, rapidità e comunità.

Obiettivo di medio periodo è diventare una **Leading University in Purposeful Social Science** e il primo Hub di formazione EuroMediterraneo.

Per raggiungere tale obiettivo strategico e prospettico è necessaria una università che sia aperta, connessa e responsabile.

Aperta all'innovazione, al mondo circostante, a tutte le realtà che hanno un'influenza sul territorio sociale. Allo stesso modo connessa sia con il proprio territorio e con i propri **stakeholder** sia anche con le istituzioni e gli atenei più importanti e più rilevanti per generare innovazione. Infine, responsabile nelle modalità con cui si interfaccia sia all'interno con i propri studenti, docenti, dipendenti sia verso l'esterno con la società civile con cui interagisce.

Tutto questo si traduce in:

- **Sustainable change**

- **Entrepreneurship as a state of mind**
- **Agentivity orientation**
- **Engaged research**
- **Enquiry-based learning**
- **Actionable inclusion**

La traiettoria strategica relativa alla “**Luiss Uniqueness – il modello educativo**” si pone l’obiettivo di modificare gradualmente l’attuale modello educativo, abbandonando la didattica trasmissiva e abbracciando un approccio che veda gli studenti non ricettori di informazioni da parte dei docenti ma attori protagonisti del processo di apprendimento.

Luiss Uniqueness si basa su tre grandi aree: innovazione, allargamento selettivo e sfruttamento del network.

L’**innovazione** si articola portando rigore e metodologia all’interno delle modalità di apprendimento; occorre trovare nuove metodologie di insegnamento anche basate su strumenti a supporto digitali e modalità di valutazione differente

Il secondo punto è l’**allargamento selettivo** con lo sviluppo di nuovi programmi interdisciplinari che possano stimolare le capacità degli studenti di connettere temi apparentemente provenienti da aree tematiche differenti.

Infine, il **network** genera le basi per creare un “ecosistema di apprendimento”, che coinvolge in maniera attiva **practitioner, alumni**, studenti **senior** da includere all’interno dello sviluppo di nuove modalità di didattica esperienziale.

Una sperimentazione su questo modello didattico innovativo è stata avviata dall’anno accademico 2020/21 coinvolgendo tre corsi di Laurea Magistrale:

- Marketing
- Law, Digital Innovation & Sustainability
- Global Management & Politics

Il punto centrale è la integrazione profonda tra didattica e ricerca con livelli successivi di avvicinamento. Il primo livello permette agli studenti di avvicinarsi alla ricerca comprendendo i contenuti, la rilevanza, il rigore degli output di ricerca.

Il secondo punto è quello di saper fare ricerca; per fare questo è necessario che gli studenti apprendano metodi e strumenti.

L’ultimo è la produzione della ricerca ed è l’obiettivo di medio periodo per le lauree magistrali; gli studenti devono essere in grado di produrre ricerca che sia connessa a fenomeni del mondo reale e sia comunicata in una maniera precisa e strutturata.

L’attività di ricerca deve informare sempre di più anche l’attività educativa; l’idea è quella di massimizzare le sinergie tra ricerche accademiche e formazione continuando a lavorare sui temi dell’interdisciplinarietà e dell’apprendimento largo.

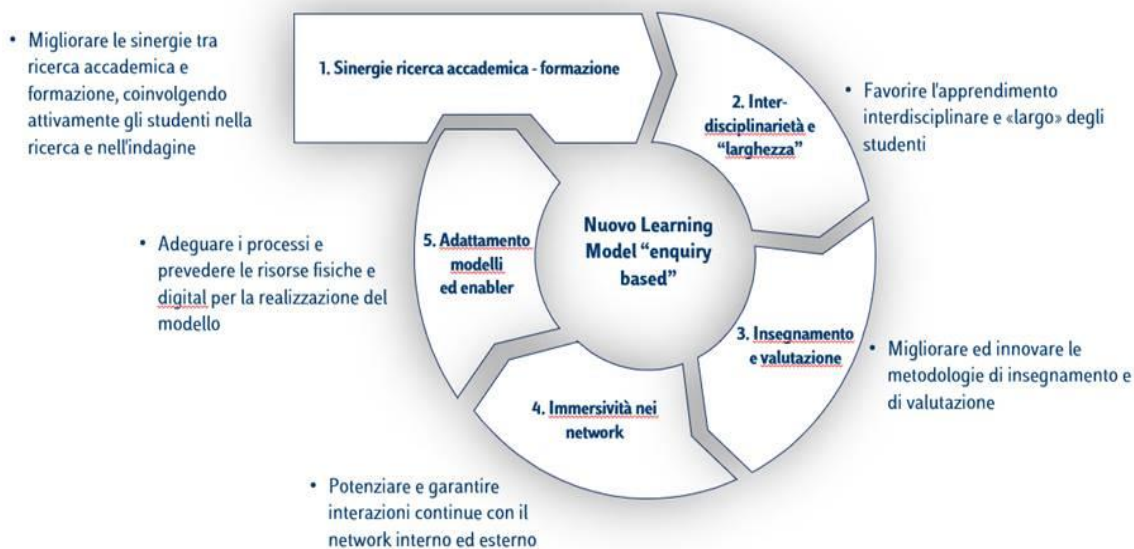
Nei prossimi anni si vuole potenziare la forte componente esperienziale dei programmi magistrali con una dimensione più legata alla investigazione e alla ricerca. In un mondo dove la conoscenza fattuale è presente

sempre ovunque in maniera iper-disponibile quello che diventa importante è avere metodologie e metodi per approcciare questa conoscenza e crearne di nuova.

Gli studenti Luiss devono possedere questi tools nella cassetta degli attrezzi e portarseli dietro nelle loro professioni per far sì che, quando il contesto cambierà, abbiano sempre le lenti a disposizione per poter agire e intervenire nel nuovo contesto in maniera costruttiva, diretta a generare nuove opportunità, nuove contaminazioni, nuovi momenti di contatto tra discipline.

Per raggiungere tale obiettivo sarà necessario investire all'interno dei programmi nelle tecnologie per la didattica.

### Luiss Uniqueness – Modello logico



## 2. Internazionalizzazione: Global and Regional Engagement Strategy

La **Global and Regional Engagement Strategy** si fonda sul riconoscimento che l'internazionalizzazione rappresenta una priorità strategica per la realizzazione della mission della Luiss.

La situazione pandemica ha spinto ad utilizzare gli strumenti digitali in modo innovativo. Il mondo è diventato più vicino grazie ai webinar, alla docenza digitale e agli incontri online. E' intenzione della Luiss sfruttare al meglio queste modalità per sviluppare nuove forme di cooperazione internazionale.

L'internazionalizzazione dei sistemi educativi dovrà guardare con maggiore attenzione rispetto al passato all'ambito di prossimità: ai paesi membri dell'Unione Europea, con particolare riferimento alla dimensione orientale e balcanica. Tutta l'area del Mediterraneo allargato (ad includere il Medio Oriente e l'Africa) costituisce un secondo ineludibile polo di proiezione internazionale per l'ateneo.

Questi, quindi, i 3 vettori strategici del processo di internazionalizzazione:

- **Internazionalizzazione di prossimità:** essere attore centrale nello spazio di ricerca e didattica europeo e del Mediterraneo allargato, includendo l'Africa (perlopiù fisica)
- **Internazionalizzazione orientale:** Cogliere le opportunità dell'integrazione con il continente asiatico in grande crescita, specialmente in Cina (perlopiù digitale)
- **Internazionalizzazione occidentale:** Rafforzare i legami storici con le Americhe, leader mondiali della formazione, specialmente negli USA (perlopiù digitale)

Per l'a.a. 2022-23, Luiss propone 4 corsi di Laurea Triennale e 9 corsi di Laurea Magistrale, tutti interamente in lingua inglese, oltre a prevedere indirizzi in lingua inglese o insegnamenti in lingua inglese su tutti gli altri Corsi di Laurea.

Per rafforzare l'apertura internazionale l'Ateneo sta proseguendo un'importante operazione di recruiting di docenti internazionali che ha il fine di potenziare il network Luiss e di "contaminare" la metodologia didattica con elementi innovativi e riferibili a contesti globali.

### 3. Sustainability "at large"

Un altro obiettivo dell'offerta formativa è l'integrazione capillare della sostenibilità nel tessuto Luiss, coinvolgendo studenti, staff, comunità accademica, employers, Alumni senior, neo-laureati e partner in progettualità a valore aggiunto, in linea con l'Agenda 2030. Le linee di azione lungo le quali muoversi sono:

- la **pervasività interna** (didattica esperienziale, ricerca, studenti, staff e docenti)
- la **pervasività esterna** (alumni, partnership con aziende, integrazione con comunità esterne)
- i **valori** (Shared values e "codici", comunicazione interna e esterna, etica "at large" nei rapporti cliente fornitore, cultura delle performance, riduzione impatto ambientale).

La traiettoria strategica relativa alla **sostenibilità** rappresentava già una delle traiettorie del precedente piano strategico. E' stato volutamente allargato il concetto di sostenibilità da intendersi non soltanto come sostenibilità ambientale ma anche sociale ed economica.

Ha una sua una pervasività interna, con docenti che svolgono attività di ricerca sul tema della sostenibilità e corsi di laurea e insegnamenti focalizzati su questo tema; ma anche una pervasività esterna: pensiamo a LuissAlumni4Growth o a 42 Roma Luiss fondamentali nel creare il link col mondo esterno. La sostenibilità pervasiva è perfettamente integrata nella cultura e nel tessuto Luiss; questo implica che i valori descritti precedentemente siano calati all'interno di ciascuna delle aree dell'Ateneo.

Inclusione, diversity e merito diventano valori fondanti su cui si articolano le varie attività (dalla selezione dei fornitori alla progressiva riduzione dell'impatto ambientale per il raggiungimento, anche all'interno dell'Ateneo, degli obiettivi SDG specifici).

### 4. Digital Backbone

Ulteriore obiettivo del Piano Strategico 2021-24 è la creazione di un **enabler** infrastrutturale dei processi di internazionalizzazione e di innovazione didattica per il raggiungimento di un modello pienamente "**OnLife**": il digitale è, infatti, strumento di realizzazione della Global and Regional Engagement Strategy ed è funzionale per l'implementazione del nuovo modello educativo.

Lo sfruttamento delle potenzialità del digitale in funzione degli obiettivi formativi di ciascun corso permetterà il superamento della didattica frontale, arricchendo i corsi con contenuti multimediali, con discussioni e confronti onlife (in modalità blended, mixed e flipped) e permettendo la trasmissione di esperienze e conoscenze non reperibili sui libri.

Questo strumento amplierà anche le opportunità di accesso allo studio e agli esami (i.e., asincrono) in qualunque momento e da qualunque luogo; la fully digital learning permetterà di incrementare il bacino di utenza internazionale, con il conseguente impulso alla crescita sul mercato internazionale.

Nell'arco del Piano Strategico si intendono attivare percorsi di Laurea Magistrale flessibili, omologhi a corsi già attivi, che abbiano come target studenti lavoratori (o con difficoltà di spostamento) anche internazionali.

Si tratterà di corsi erogati interamente in lingua inglese che comprenderanno contenuti avanzati in ambito digitale e tecnologico con le più moderne modalità didattiche: lezioni fully digital online asincrone, lezioni online sincrone e didattica interattiva con l'utilizzo di strumenti digitali innovativi, all'interno di una rivoluzione formativa che vede coinvolti non solo gli studenti ma anche i docenti e gli amministrativi.

### Requisiti della programmazione didattica

Per l'anno accademico 2022-23, la programmazione didattica dell'Ateneo continua ad essere valutata ex ante dal Senato Accademico, affinché risulti improntata al rispetto dei seguenti requisiti, in parte già fissati per i precedenti anni accademici:

- definizione dell'offerta formativa tenendo conto del valore culturale, della rispondenza alla domanda esterna di formazione, dell'attrattività dei corsi di studio, della qualità didattica e dei servizi offerti agli studenti dai corsi stessi;
- sostenibilità nel tempo dell'offerta formativa attraverso la valutazione del possesso dei requisiti per l'intera coorte degli studenti che si iscriveranno a ciascun Corso di Studio;
- ottimizzazione dell'impiego dei docenti, attraverso procedure di massima trasparenza che garantiscano continuità didattica ed equa distribuzione del carico didattico tra i docenti;
- disponibilità di aule, infrastrutture e servizi adeguati al progetto formativo.

Come da Linee Guida per la progettazione in qualità dei corsi di studio di nuova istituzione emanate da ANVUR a settembre 2020, la programmazione didattica e l'istituzione di nuovi Corsi di Studio per l'anno accademico 2022/23 è stata sottoposta all'approvazione del Board Qualità e Innovazione nella seduta del 26 ottobre 2021.

### Linee guida per la programmazione didattica

In sede di definizione della programmazione didattica di Ateneo per l'anno accademico 2022-23 sono state applicate le seguenti linee guida:

- incremento dell'offerta formativa all'insegna della diversificazione dei corsi di studio, dell'internazionalizzazione e della promozione di forme di didattica innovativa, attraverso l'incremento di investimenti su internazionalizzazione, espansione selettiva e partnership strategiche

che portino ad un potenziamento ed all'attivazione di nuovi Double Degree ed all'aumento della didattica erogata in lingua inglese;

- incremento dell'offerta formativa in funzione delle esigenze dei portatori di interesse, coerentemente con la disponibilità di docenza qualificata presso l'Ateneo;
- utilizzo delle nuove tecnologie e modalità di erogazione per specifiche attività (**e-learning**);
- attenzione al tema dell'occupabilità dei laureati, anche attraverso i servizi offerti dal **Career Service** per l'offerta di **stage** e per il **placement**;
- potenziamento della collaborazione con le scuole secondarie di secondo grado al fine di migliorare l'orientamento degli studenti in entrata e di progettare e realizzare percorsi formativi integrati scuola-università.
- analisi dei percorsi formativi, con particolare attenzione agli effetti dell'organizzazione della didattica, delle verifiche delle conoscenze iniziali degli apprendimenti e del recupero delle eventuali carenze sulla regolarità delle carriere degli studenti, al fine di evidenziare e risolvere eventuali criticità nella progressione degli studi (es. servizio di tutorato; precorsi; percorsi di supporto didattico in itinere; verifica in itinere dei risultati per attuare le correzioni prima dell'esame finale, ecc.);
- incremento della promozione dell'offerta formativa attraverso specifici progetti, anche on-line, e rafforzamento delle attività di orientamento presso gli istituti superiori o, comunque, dirette agli studenti delle scuole medie superiori, coinvolgendo anche i docenti delle stesse;
- monitoraggio del fenomeno (comunque molto contenuto) degli abbandoni tra il primo e il secondo anno e della popolazione degli studenti fuori corso, con il rafforzamento di azioni rivolte alla risoluzione delle difficoltà incontrate nel percorso formativo e alla prevenzione delle stesse.

### Programmazione dell'offerta formativa 2022-23

Per l'anno accademico 2022-23, si è proceduto alla revisione dell'Offerta Formativa nel rispetto dei requisiti e delle linee guida definiti nei documenti di **Politiche per la Qualità** e nel **Piano Strategico 2021-2024**.

Per l'a.a. 2022-23, Luiss propone un'offerta didattica caratterizzata da 6 corsi di Laurea Triennali, 14 corsi di Laurea Magistrale – di cui 2 in formato Digitale – e 1 corso di Laurea Magistrale a ciclo unico, così come di seguito riportato:

**Politiche di Ateneo per la programmazione dell'offerta formativa – anno accademico 2022-2023**

Dipartimento	tipologia corso	classe di laurea	denominazione corso	n. programmato	denominazione curricula / profili	Corso/indirizzo in inglese	
<b>Impresa e Management</b>	LT	L-18	Economia e Management	670	n.a.	ITA	
		L-18	Management and Computer Science	60	n.a.	ENG	
		L-18	<b>Business Administration</b>	70	n.a.	ENG	<b>CdS di nuova istituzione</b>
	LM	LM-77	Amministrazione, Finanza e Controllo	100	AFC - Aziendale AFC - Professionale	ITA ITA	
		LM-77	Strategic Management	250	Strategic Human Resource Management Business Model Innovation Green Economy and Sustainability	ITA ITA/ENG ENG	
		LM-77	Marketing	210	Analisi e misure di marketing	ITA	
					Gestione dei processi e delle relazioni di marketing	ITA	
					Marketing Analytics & Metrics	ENG	
					Market Relationship & Customer Engagement	ENG	
		Programma congiunto BI-Luiss MSc in Marketing	ENG				
	LM-77	Management	120	International Management Entrepreneurship and Innovation Luxury, Fashion and Made in Italy	ENG ENG ENG		
	LM-91	Data Science and Management	50	n.a.	ENG		
	LM Digital	LM-77	<b>Strategic Management (integralmente a distanza)</b>	100	n.a.	ENG	<b>CdS di nuova istituzione</b>
		LM-77	<b>Marketing (integralmente a distanza)</b>	100	n.a.	ENG	<b>CdS di nuova istituzione</b>
	<b>Corsi LM interdipartimentali</b>	LM	LM-77	Corporate Finance	140	n.a.	ENG
LM-77			Global Management and Politics	70	n.a.	ENG	
<b>Economia e Finanza</b>	LT	L-33	Economics and Business	160	Economics	ENG	
					Finance	ENG	
					Management	ENG	
LM	LM-56	Economia e Finanza	170	Banche e intermediari finanziari	ITA		
				Economics	ENG		
<b>Giurisprudenza</b>	LM - CU	LMG/01	Giurisprudenza	500	Finance	ENG	
					Diritto civile	ITA	
					Diritto amministrativo	ITA	
					Diritto ed economia delle imprese	ITA	
					Diritto del lavoro e della previdenza sociale	ITA	
					Diritto internazionale	ITA	
					Diritto penale	ITA	
					Diritto societario e tributario	ITA	
					European Law	ENG	
					Law and Innovation	ENG	
					Emerging Technologies	ENG	
					Climate Change	ENG	
<b>Scienze Politiche</b>	LT	L-36	Scienze Politiche	160	n.a.	ITA	
		L-36	Politics: Philosophy and Economics	100	n.a.	ENG	
	LM	LM-52	International Relations	160	Diplomacy	ENG	
					Security	ENG	
		LM-62	Governio Amministrazione e Politica	50	Mediterranean Governance	ENG	
					Governo e Amministrazione	ITA	
LM-62	Policies and Governance in Europe	50	Politica e Comunicazione	ITA			
			Cultural Heritage Policies	ENG			
Economics Governance and Markets Regulation	ENG						

L'offerta formativa 2022-23 offre una nuova Laurea Triennale in **Business Administration** e due nuove Lauree Magistrali Digitali, rispettivamente in **Marketing** e in **Strategic Management** erogate integralmente a distanza.

Il Corso di Studio in **Business Administration** (BBA) sarà un Corso di Laurea Triennale nell'area del management (classe di laurea L-18) erogato in lingua inglese. L'obiettivo del CdS è di arricchire l'offerta dei corsi di studio triennali del Dipartimento di Impresa e Management.

In particolare, il nuovo CdS risulta essere in linea con il Piano Strategico di Ateneo con riferimento ai seguenti obiettivi:

- Concentrazione investimenti internazionalizzazione, espansione selettiva e partnership strategiche;
- Potenziamento internazionalizzazione & Attivazione nuovi Double Degree;
- Aumento didattica in inglese.

Con l'introduzione di questo CdS, il Dipartimento di Impresa e Management si propone di:

- Completare la propria offerta formativa sui corsi di studio triennali, al momento rappresentata dal CdS in lingua italiana in Economia e Management e dal CdS in lingua inglese in Management and Computer Science;
- Attrarre un maggiore numero di studenti internazionali (i.e. studenti iscritti ma anche studenti in scambio e in DD);
- Promuovere l'ingresso di studenti triennali Luiss di alto profilo verso le lauree magistrali offerte in Luiss (in lingua inglese);
- Favorire la stipula di accordi internazionali (e.g. Exchange, DD) su CdS triennali.

Il CdS in Business Administration intende formare laureati triennali, con solide basi in campo economico e manageriale, che aspirino a continuare il loro percorso di formazione in un corso di studio magistrale offerto dalla Luiss o da altre prestigiose università internazionali. A valle del percorso triennale e magistrale, gli studenti potranno aspirare a carriere manageriali o consulenziali di alto profilo in imprese o istituzioni con una forte vocazione internazionale.

Il corso si articola in una serie di insegnamenti che tradizionalmente fanno parte dei percorsi di studio triennali in management. Durante i primi due anni, il piano di studi prevede insegnamenti di base in campo economico, statistico, matematico, giuridico e manageriale tali da permettere agli studenti di acquisire le competenze di base su cui innestare quelle manageriali. Nel terzo anno, il corso prevede una progressiva specializzazione a scelta dello studente o su specifiche tematiche aziendali quali il marketing, la finanza d'impresa e l'organizzazione aziendale per ottenere le competenze necessarie per frequentare una laurea magistrale e, successivamente, lavorare con successo in imprese o organizzazioni a forte vocazione internazionale.

E' inoltre previsto un accordo specifico con le Università George Washington di Washington (USA) e Renmin di Pechino (RPC). Sulla base di questo accordo un numero limitato di studenti otterrà un diploma trilaterale in quattro anni, approfondendo i temi di **global politics/public affairs**.

Oltre ad offrire un percorso di studi in linea con quelli offerti dalle migliori università europee, il BBA si caratterizza per il modello di apprendimento attivo e ingaggiante e per il modello di valutazione continua

delle competenze dello studente. Questo approccio permette di strutturare il corso prevedendo l'alternanza della formazione in aula con la valutazione e l'organizzazione dei laboratori.

Il Piano Strategico 2021-2024 della Luiss enfatizza l'importanza di intraprendere azioni volte a differenziare e ampliare l'offerta formativa attraverso l'adozione di nuovi modelli di apprendimento. Tali modelli prevedono lo sfruttamento delle potenzialità offerte dalla digitalizzazione, favorendo il superamento della cosiddetta "didattica frontale". L'obiettivo principale sarebbe quello di arricchire (non di sostituire) il rapporto docente-studente attraverso contenuti multimediali, favorendo confronti e discussioni "on line" attraverso modelli "**blended, mixed and flipped classroom**".

In linea con il proprio Piano Strategico, Luiss intende attivare una replica dei CdS magistrali in Marketing e in Strategic Management, già offerti in modalità convenzionale, in formato " Digital" (asincrona e sincrona) e in lingua inglese. I due CdS telematici presentano, pertanto, il medesimo ordinamento dei corsi già attivi ed hanno l'obiettivo di attirare studenti prevalentemente internazionali (in particolare relativamente all'area del Mediterraneo).

I nuovi CdS sono rivolti ai seguenti profili:

- studenti nazionali e internazionali che necessitano della massima flessibilità nell'accesso ai contenuti didattici;
- studenti che non hanno la possibilità di seguire un corso di Laurea Magistrale "**face to face**" per diverse esigenze (personali, familiari, economiche, ecc.);
- studenti che hanno ancora interesse a svolgere la propria formazione in una prestigiosa università, al fine di acquisire un'ottima formazione accademica e iniziare una carriera a livello internazionale.

Il format " Digital" ha due obiettivi: da un lato, incorporare e valorizzare il modello **enquiry-based** promosso dalle strategie di Ateneo; dall'altro, rispondere a nuovi scenari di apprendimento resi possibili dallo sviluppo di approcci pedagogici **digital** e **tech-based**.

Il corso di Laurea Magistrale Digitale in **Marketing**, coerentemente con gli obiettivi formativi previsti dalla classe di laurea LM-77, intende fornire ai propri laureati magistrali solide conoscenze metodologiche e culturali in tutti i settori di interesse per il corso di studi, ovvero discipline economiche, aziendali, giuridiche, statistico-matematiche, afferenti a processi comunicativi, linguistiche.

Nel corso del proprio percorso di studi, gli studenti potranno optare per una maggiore specializzazione, oltre alla conoscenza fornita loro dagli insegnamenti caratterizzanti, tramite la scelta di insegnamenti affini ed **elective**. Ferma restando l'autonomia dei singoli studenti nell'effettuare le proprie scelte in merito, è prevista l'organizzazione da parte dei docenti responsabili dei Corsi di Studi di incontri al fine di supportarli nell'orientamento alla scelta sulla base dei propri specifici obiettivi formativi.

Il CdS è interamente erogato in lingua inglese, contribuendo alla padronanza della terminologia specialistica nel campo del Marketing in un ambito lavorativo globale, complesso e in costante mutamento. L'auspicata composizione internazionale dell'aula e l'interazione tra studenti provenienti da Paesi diversi e con background culturali variegati favorirà lo sviluppo di capacità di

comunicazione in lingua inglese. Inoltre, è previsto nei diversi insegnamenti l'utilizzo da parte di materiali didattici innovativi, oltre ai tradizionali libri di testo, quali: articoli scientifici (ad esempio, articoli pubblicati nell'Harvard Business Review), articoli di stampa specializzata, video e **tedtalks**, **podcast** e **report** disponibili presso repository specialistici di tipo open access. L'obiettivo è di mettere a disposizione dello studente una varietà di fonti e di supporti didattici, guidandolo nel processo di identificazione e raccolta del materiale utile a risolvere problemi aziendali complessi.

Oltre che all'acquisizione di competenze specialistiche e linguistiche, il CdS intende favorire lo sviluppo delle capacità di **public speaking**. Le capacità predette saranno conseguite, oltre che mediante didattica tradizionale/interattiva, anche mediante la realizzazione di attività project-based. Queste attività intendono offrire agli studenti di confrontarsi con problemi e situazioni **real world**, interagendo in gruppo con altri studenti oltre che con docenti e manager che verranno coinvolti nelle attività formative. L'Ateneo ha peraltro avviato un processo di innovazione della didattica proponendo attività dedicate all'acquisizione delle **soft skills**. Per tutti i corsi di laurea è stato avviato un rafforzamento delle attività di **soft skills** finalizzato a garantire una maggiore **employability** dello studente.

Il corso intende inoltre trasmettere agli studenti la capacità di risolvere problemi aziendali complessi adottando un approccio **evidence-based and enquiry-based**. Lo studente acquisirà dunque capacità di raccolta, elaborazione e interpretazione dei dati ritenuti utili a determinare giudizi critici su problemi aziendali rilevanti (ad esempio, realizzare un cambiamento organizzativo o effettuare un nuovo investimento in una grande tecnologia). Il corso vuole inoltre fornire le capacità di comunicare informazioni, idee, problemi e soluzioni a interlocutori specialisti e non specialisti, in ottemperanza ai Descrittori di Dublino 3 (autonomia di giudizio) e 4 (abilità comunicative). Il CdS prevede insegnamenti specificatamente volti a fornire approcci, logiche e metodologie utili a condurre analisi empiriche attraverso la raccolta di dati primari (survey e interviste) e utilizzando dati secondari disponibili presso banche dati nazionali e internazionali (ISTAT, EUROSTAT, OCSE, FMI, WTO, Banca Mondiale, ecc.).

Si evidenzia, inoltre, in ambito **soft-skills**, un processo di parziale riforma delle attività attualmente esistenti, nella misura in cui, per rispondere all'obiettivo, colto dall'intero Ateneo, di innovazione alla didattica, verranno proposte attività sempre maggiormente persuasive rispetto ai curricula formali.

In riferimento al contenuto dei corsi, per quanto riguarda i soft skills con crediti formativi, viene annunciato che per tutti i corsi di laurea sarà predisposto un **redesign** delle attività **soft skills**, improntato allo sviluppo delle competenze individuali "verticalizzate", ovvero individuate assieme ai CdS e ai Comitati di Indirizzo, per garantire una maggiore **employability** dello studente.

Il corso di Laurea Magistrale Digitale in **Strategic Management**, coerentemente con gli obiettivi formativi previsti dalla classe di laurea LM-77, intende fornire ai propri laureati magistrali solide conoscenze metodologiche e culturali nell'ambito delle discipline economiche, aziendali, giuridiche e statistico-matematiche che afferiscono ai temi di interesse del CdS.

Il percorso di studi prevede la possibilità per gli studenti di specializzarsi tramite la scelta di due insegnamenti **elective** nell'ambito di una rosa di corsi che riguardano aspetti specialistici di rilevanza nel

campo del management strategico. Ferma restando l'autonomia dei singoli studenti nell'effettuare le proprie scelte in merito, è prevista l'organizzazione da parte dei docenti responsabili dei Corsi di Studi di incontri al fine di supportarli nell'orientamento alla scelta sulla base dei propri specifici obiettivi formativi.

Il CdS è interamente erogato in lingua inglese, contribuendo alla padronanza della terminologia specialistica nel campo dello Strategic Management in un ambito lavorativo globale, complesso e in costante mutamento. L'auspicata composizione internazionale della classe e l'interazione tra studenti provenienti da Paesi diversi e con background culturali variegati favorirà lo sviluppo di capacità di comunicazione in lingua inglese. Inoltre, è previsto nei diversi insegnamenti l'utilizzo da parte di materiali didattici innovativi, oltre ai tradizionali libri di testo, quali: articoli scientifici (ad esempio, articoli pubblicati nell'Harvard Business Review), articoli di stampa specializzata (ad esempio, articoli pubblicati nel Financial Times), video e **tedtalks**, **podcast** e **report** disponibili presso repository specialistici di tipo open access. L'obiettivo è di mettere a disposizione dello studente una varietà di fonti e di supporti didattici, guidandolo nel processo di identificazione e raccolta del materiale utile a risolvere problemi aziendali complessi.

Oltre che all'acquisizione di competenze specialistiche e linguistiche, il CdS intende favorire lo sviluppo delle capacità di **public speaking**. Le capacità predette saranno conseguite, oltre che mediante didattica tradizionale/interattiva, anche mediante la realizzazione di attività **project-based**. Queste attività intendono offrire agli studenti di confrontarsi con problemi e situazioni **real world**, interagendo in gruppo con altri studenti oltre che con docenti e manager che verranno coinvolti nelle attività formative. L'Ateneo ha peraltro avviato un processo di innovazione della didattica proponendo attività dedicate all'acquisizione delle soft skills. Per tutti i corsi di laurea è stato avviato un rafforzamento delle attività di **soft skills** finalizzato a garantire una maggiore **employability** dello studente.

Il corso intende inoltre trasmettere agli studenti la capacità di risolvere problemi aziendali complessi adottando un approccio **evidence-based and enquiry-based**. Lo studente acquisirà dunque capacità di raccolta, elaborazione e interpretazione dei dati ritenuti utili a determinare giudizi critici su problemi aziendali rilevanti (ad esempio, realizzare un cambiamento organizzativo o effettuare un nuovo investimento in una grande tecnologia). Il corso vuole inoltre fornire le capacità di comunicare informazioni, idee, problemi e soluzioni a interlocutori specialisti e non specialisti, in ottemperanza ai Descrittori di Dublino 3 (autonomia di giudizio) e 4 (abilità comunicative). Il CdS prevede insegnamenti specificatamente volti a fornire approcci, logiche e metodologie utili a condurre analisi empiriche attraverso la raccolta di dati primari (survey e interviste) e utilizzando dati secondari disponibili presso banche dati nazionali e internazionali (ISTAT, EUROSTAT, OCSE, FMI, WTO, Banca Mondiale, ecc.).

La modalità didattica prevede lo sviluppo di competenze legate all'analisi dei dati, sia attraverso software di comune utilizzo (Excel, Access etc.) ma soprattutto mediante l'uso di software specialistici dedicati all'analisi di dati qualitativi (ad esempio, NVIVO) ed al calcolo statistico/econometrico (R, Spss, etc.). Il corso si propone di far acquisire allo studente le competenze di Excel Advanced e quelle digitali previste dallo standard europeo DIGCOMP 2.1 con specifico riferimento all'area 1-Informazione e alfabetizzazione digitale e all'area 3-Creazione di contenuti digitali. Tali aree corrispondono ai moduli della Patente europea dell'uso del computer - ECDL (European Computer Driving Licence): Fondamenti del Computer (Computer Essentials); Navigazione in rete (Online Essentials); Elaborazione documenti (Word Processing); Fogli elettronici e di calcolo (Spreadsheets). Con riferimento all'area 3 il Laboratorio si focalizza principalmente sui contenuti del modulo ECDL Advanced Spreadsheets e Advanced Database.