



**UNIVERSITÀ DEGLI STUDI "G. D'ANNUNZIO" DI CHIETI - PESCARA
DIPARTIMENTO DI SCIENZE FILOSOFICHE, PEDAGOGICHE ED
ECONOMICO- QUANTITATIVE**

**REGOLAMENTO DIDATTICO DEL CORSO DI LAUREA MAGISTRALE IN
ECONOMIA E SCIENZE COMPORTAMENTALI
CLASSE LM-56 - Classe delle lauree magistrali in Scienze dell'economia Coorte 2022/2023**

Art. 1

Oggetto e finalità del Regolamento

1. Il presente regolamento disciplina gli aspetti organizzativi del Corso di Laurea Magistrale in ECONOMIA E SCIENZE COMPORTAMENTALI nel rispetto delle indicazioni riportate nel Regolamento Didattico di Ateneo.
2. Il Corso di Laurea Magistrale rientra nella Classe delle lauree magistrali in Scienze dell'economia (LM-56) come definita dal D.M. Università e Ricerca del 16 marzo 2007.

Art. 2

Profilo professionale e sbocchi occupazionali

Il corso di Laurea Magistrale in Economia e Scienze Comportamentali si prefigge di formare i seguenti profili professionali

a) Esperto di Economia e Scienze Comportamentali per l'Innovazione e l'Imprenditorialità

Funzione in un contesto di lavoro

L'esperto di Economia e scienze comportamentali per l'innovazione e l'imprenditorialità offre consulenza (interna ed esterna) a/in organizzazioni pubbliche o private per aiutarle ad innovare e/o ad attuare cambiamenti organizzativi nonché a sviluppare nei collaboratori una diffusa attitudine intraimprenditoriale. In particolare, supporta la progettualità d'azienda attraverso l'uso di metodologie sperimentali con le quali potrà testare e revisionare le ipotesi imprenditoriali (secondo l'approccio noto come *lean innovation*).

Competenze associate alla funzione

Il laureato saprà:

- usare metodologie sperimentali per comprendere il potenziale di business;
- analizzare gli aspetti comportamentali nei mercati B2C;
- gestire i *tool* digitali per testare nuove ipotesi di business;
- presentare i risultati delle ricerche;
- formulare raccomandazioni per il miglioramento del business.

Sbocchi occupazionali:

Gli sbocchi occupazionali sono costituiti da:

- unità operative di grandi aziende dedicate all'innovazione di prodotto e/o di processo
- start-up;
- società IT;
- aziende di consulenza;
- incubatori;
- poli di innovazioni;
- istituzioni pubbliche e centri studi per la promozione dell'innovazione.

b) Esperto di Economia e Scienze Comportamentali per il Marketing

Funzione in un contesto di lavoro:

L'esperto di economia e scienze comportamentali per il marketing supporta il lavoro del marketing manager nel test di nuovi prodotti/servizi, nello sviluppo di strategie di vendita, nelle ricerche di mercato e nella implementazione di campagne di marketing, con particolare riferimento a mercati B2C.

Competenze associate alla funzione:

Il laureato saprà:

- sviluppare protocolli sperimentali per comprendere il comportamento del consumatore/cliente;
- gestire i *tool* digitali per testare ipotesi di prodotto o servizio, e relativa comunicazione;
- sviluppare politiche di prezzo, distribuzione e comunicazione squisitamente basate su leve comportamentali;
- implementare ricerche di mercato basate su rilevazioni implicite e analisi comportamentali.

Sbocchi occupazionali:

I principali sbocchi occupazionali sono costituiti da:

- unità operative dedite al marketing e alle ricerche di mercato in aziende di ogni tipologia e settore industriale;
- unità operative dedite al design e allo sviluppo del prodotto in aziende di ogni tipologia e settore industriale.

c) Esperto di Economia e Scienze Comportamentali per la Valorizzazione delle Risorse Umane

Funzione in un contesto di lavoro:

L'esperto di economia e scienze comportamentali supporta l'ufficio Risorse Umane di aziende di grandi e medie dimensioni nei processi di recruiting, di monitoraggio, motivazione e sviluppo dei dipendenti. Inoltre, coadiuva i processi di training dei dipendenti, il monitoraggio delle prestazioni, il coaching, la gestione della salute e della sicurezza in azienda. Infine, fornisce un apporto distintivo nello sviluppo di modelli di incentivazione monetaria e non monetaria (*nudging*) del personale d'azienda.

Competenze associate alla funzione:

Il laureato saprà:

- supportare i processi di reclutamento, formazione e sviluppo del personale;
- coadiuvare l'organizzazione di attività di formazione del personale;
- fornire consulenza di carattere comportamentale ai manager in materia di incentivazione monetaria e non monetaria (*nudging*);
- svolgere attività di ricerca sperimentale per l'individuazione delle migliori soluzioni da adottare nella gestione delle risorse umane;
- coadiuvare lo sviluppo di modelli di negoziazione di stipendi, contratti e condizioni di lavoro.

Sbocchi occupazionali:

Gli sbocchi occupazionali sono costituiti da:

- unità operative dedite alla gestione delle risorse umane di aziende di grandi e medie dimensioni;
- imprese che erogano società di consulenza organizzativa e del lavoro;
- agenzie di lavoro interinale;

- sindacati e centri studi sul lavoro.

d) Esperto di Economia e Scienze Comportamentali per le Politiche Pubbliche ed il Benessere Sociale

Funzione in un contesto di lavoro:

L'esperto di economia e scienze comportamentali per le politiche pubbliche e il benessere sociale supporta il policy maker attraverso la realizzazione di studi e ricerche comportamentali e sperimentali al fine di favorire lo sviluppo di politiche basate su evidenze empiriche (*behaviorally-informed*) e su modelli di incentivazione monetaria e non monetaria (*nudging*).

Competenze associate alla funzione:

Il laureato saprà:

- esaminare i rapporti governativi prodotti dai gruppi di lavoro nazionali o locali;
- evidenziare questioni rilevanti di natura comportamentale nella formulazione di policy;
- sviluppare protocolli per valutare l'impatto di policy in esperimenti comportamentali, dunque prima della loro implementazione;
- supportare il policy maker nell'adozione di incentivazioni monetarie e non monetarie (*nudging*);
- presentare i risultati delle analisi condotte;
- formulare raccomandazioni per l'implementazione delle policy;
- valutare l'impatto delle politiche adottate sul comportamento dei soggetti interessati.

Sbocchi occupazionali:

Gli sbocchi occupazionali sono costituiti da:

- centri studi di istituzioni che sviluppano politiche economiche e sociali;
- uffici di supporto del policy maker di istituzioni prive di centri studi.

Le istituzioni interessate sono tutte quelle che sviluppano politiche economiche e sociali, quali: enti locali, regionali, nazionali e internazionali, aziende pubbliche e private che offrono servizi di pubblica utilità; associazioni sindacali, organizzazioni non governative.

Il corso prepara alla professione di (codifiche ISTAT)

- Specialisti della gestione nella Pubblica Amministrazione - (2.5.1.1.1)
- Specialisti della gestione e del controllo nelle imprese private - (2.5.1.2.0)
- Specialisti in risorse umane - (2.5.1.3.1)
- Analisti di mercato - (2.5.1.5.4)
- Specialisti dei sistemi economici - (2.5.3.1.1)
- Esperti nello studio, nella gestione e nel controllo dei fenomeni sociali - (2.5.3.2.1)
- Ricercatori e tecnici laureati nelle scienze economiche e statistiche - (2.6.2.6.0)

Art. 3

Obiettivi formativi specifici e competenze attese

Obiettivi formativi specifici del corso

Il Corso di Laurea Magistrale in Economia e Scienze Comportamentali mira a fornire una conoscenza sugli elementi fondativi delle scienze comportamentali e sulle loro applicazioni economiche al mondo del business e alle istituzioni. Il profilo culturale e professionale che caratterizza il percorso di studi in Economia e Scienze Comportamentali, e che lo contraddistingue da tutti gli altri corsi di studio della stessa classe, si può sintetizzare con l'ambizione di capitalizzare i contributi della "*behavioral revolution*" al fine di potenziare le conoscenze, le competenze e le attitudini del laureato in discipline economiche. Attraverso un percorso vivamente interdisciplinare lo studente potrà integrare sinergicamente strumenti, metodologie e apparati concettuali tipici dell'approccio economico matematico-normativo con strumenti, metodologie e apparati concettuali di tipo descrittivo-sperimentale tipici delle scienze neuro-cognitive e psicosociali. L'obiettivo

formativo finale è quello di formare il laureato per essere in grado di sviluppare una comprensione più profonda, articolata ed ecologica dell'agire degli attori economici e sociali al fine di potenziare sia il potere predittivo delle sue analisi che l'impatto trasformativo delle sue proposte di intervento. Questo progetto culturale e professionale si articola in una serie di obiettivi formativi interdisciplinari specifici.

Gli obiettivi formativi specifici del Corso e le rispettive attività formative sono i seguenti:

Obiettivo A: fornire una preparazione sugli strumenti statistico-matematici;

Insegnamenti relativi:

- Analisi Statistica dei Dati
- Decisioni in Contesti di Incertezza

Obiettivo B: trasmettere approfondite conoscenze su principi e istituti dell'ordinamento giuridico nazionale, comunitario, internazionale e comparato;

Insegnamenti relativi:

- Diritto e Processi Decisionali nelle Politiche Pubbliche

Obiettivo C: trasmettere approfondite conoscenze su analisi economica e politica economica;

Insegnamenti relativi:

- Macroeconomia Internazionale
- Economia del Benessere e dello Sviluppo
- Finanza Comportamentale
- Economia Sperimentale

Obiettivo D: trasmettere approfondite conoscenze su analisi aziendale e politica aziendale;

Insegnamenti relativi:

- Economia Comportamentale per le Aziende
- Finanza Comportamentale
- Dinamiche di Gruppo e Comportamento Organizzativo

Obiettivo E: fornire una conoscenza della lingua inglese ed italiana (quest'ultima per studenti stranieri), in forma scritta e orale, con riferimento anche ai lessici disciplinari.

Insegnamenti relativi (la conoscenza della lingua inglese è prevista nell'ambito delle conoscenze richieste per l'accesso):

- tutti gli insegnamenti prevedono, anche al fine di facilitare la fruizione degli studenti stranieri, la predisposizione di materiale didattico anche audiovisivo in lingua inglese;
- gli studenti stranieri acquisiranno adeguate conoscenze della lingua italiana attraverso l'acquisizione di un congruo numero di CFU previsti nelle "ulteriori conoscenze linguistiche" del percorso formativo.

Obiettivo F: fornire solide conoscenze e competenze relative alle metodologie sperimentali proprie delle scienze comportamentali;

Insegnamenti relativi:

- Metodi di Analisi Comportamentale
- Psicologia del Linguaggio e della Comunicazione
- Economia Sperimentale

Obiettivo G: fornire solide conoscenze e competenze sulle applicazioni delle scienze comportamentali all'Innovazione ed all'Imprenditorialità;

Insegnamenti relativi:

- Innovazione, Imprenditorialità e Politiche Pubbliche
- Scienze Comportamentali e Cambiamento Sociale

Obiettivo H: fornire solide conoscenze e competenze per l'analisi del comportamento del consumatore, con particolare enfasi sul Marketing;

Insegnamenti relativi:

- Marketing e Ricerche di Mercato

- Neuroscienze Cognitive, Processi Decisionali e Neuromarketing
- Architettura della Scelta, Persuasione e Nudging
- Psicologia del Linguaggio e della Comunicazione

Obiettivo I: fornire solide conoscenze e competenze sulle scienze comportamentali applicate all'Organizzazione ed alle Risorse umane;

Insegnamenti relativi:

- Scienze Comportamentali e Cambiamento Sociale
- Architettura della Scelta, Persuasione e Nudging
- Etica Sociale
- Dinamiche di Gruppo e Comportamento Organizzativo
- Psicologia del Linguaggio e della Comunicazione

Obiettivo L: fornire solide conoscenze e competenze sulle applicazioni delle scienze economiche e comportamentali alle Politiche pubbliche ed al Benessere sociale.

Insegnamenti relativi:

- Economia del Benessere e dello Sviluppo
- Architettura della Scelta, Persuasione e Nudging
- Etica Sociale
- Psicologia del Linguaggio e della Comunicazione

Conoscenza e comprensione, Capacità di applicare conoscenza e comprensione: Dettaglio

Area Economica

Conoscenza e comprensione: il Laureato Magistrale in Economia e Scienze Comportamentali avrà maturato:

- conoscenze concettuali e analitiche delle discipline economiche, sia teoriche che riguardanti l'analisi applicata;
- conoscenze relative alle politiche economiche nazionali ed internazionali;
- conoscenza del funzionamento dei sistemi economici, delle relazioni degli scambi commerciali e dei modelli organizzativi tra diverse economie;
- conoscenze dei diversi aspetti sottostanti la teoria delle decisioni: dalla certezza, all'ignoranza, al rischio;
- conoscenze finalizzate all'analisi dei processi di sviluppo economico in una prospettiva di lungo periodo e al funzionamento dei mercati del lavoro, monetari e dei tassi di cambio;
- conoscenze relative ai principali fattori della crescita economica, con particolare riferimento al progresso tecnologico e ai processi di innovazione;
- conoscenze dell'approccio comportamentale nelle decisioni di investimento, di consumo e nella generazione di idee da parte degli agenti economici e dei policy-makers;
- conoscenza relative all'organizzazione dei sistemi complessi nei meccanismi cognitivi di ideazione, generazione e diffusione delle nuove idee e dell'innovazione;
- conoscenze dei fondamenti del metodo sperimentale in economia;

Capacità di applicare conoscenza e comprensione: le conoscenze acquisite potranno essere applicate in aziende pubbliche e private, consorzi di imprese, associazioni imprenditoriali e sociali, organismi di ricerca, istituzioni governative (locali, nazionali e internazionali) avendo maturato:

- abilità relative all'analisi macroeconomica sulle problematiche dell'economia nazionale, internazionale;
- capacità di analizzare dei problemi economici, nell'elaborazione di scenari di breve e lungo periodo e analisi delle possibili scelte di politica economica,
- capacità di interpretazione il comportamento dal lato della domanda e dell'offerta sui problemi macro e microeconomici;
- capacità di progettare e interpretare le soluzioni di un problema decisionale generale;

- capacità di analizzare il funzionamento dell'economia finanziaria, evidenziando le differenti dinamiche innescate dalle scelte razionali e irrazionali;
- capacità di interpretare i meccanismi generativi dei processi di innovazione;
- capacità di analizzare i molteplici aspetti che concorrono alla misurazione dei fattori che influenzano gli esiti di un processo di innovazione in ambito economico e aziendale;
- capacità di predisporre un esperimento economico indipendente;
- capacità di dimostrare come i presupposti standard dell'economia si traducono in un comportamento predittivo.

Area Matematico-Statistica

Conoscenza e comprensione: il Laureato Magistrale in Economia e Scienze Comportamentali dovrà maturare:

- conoscenza degli strumenti base dell'analisi matematico-statistico;
- conoscenza dei concetti di probabilità e di ragionamento statistico riguardo alle tecniche di statistica descrittiva e inferenziale;
- conoscenza delle applicazioni in ambito economico, finanziario e aziendale secondo gli approcci delle scienze comportamentali;
- conoscenza degli elementi di base e avanzati per l'utilizzo di software statistici.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione: le conoscenze acquisite potranno essere utilizzate in aziende pubbliche e private, consorzi di imprese, associazioni imprenditoriali e sociali, organismi di ricerca, istituzioni governative (locali, nazionali e internazionali) avendo maturato:

- capacità di utilizzare gli strumenti di base e avanzati dell'analisi matematico-statistico;
- capacità di risolvere problemi statistici in ambito decisionale;
- capacità di svolgere un'indagine statistica per affrontare studi nel campo delle scienze comportamentali;
- capacità di visualizzare e trattare dati sensibili in ambito sperimentale.

Area Giuridica

Conoscenza e comprensione: il laureato in Economia e Scienze Comportamentali acquisisce le seguenti conoscenze:

- conoscenze relative alle norme e alle istituzioni di diritto pubblico;
- conoscenze dell'impatto delle tecniche di neuroimaging sul diritto;
- conoscenze delle questioni di ricerca a livello interdisciplinare tra scienze comportamentali e ricerca del diritto.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione: le conoscenze acquisite potranno essere applicate in aziende pubbliche e private, consorzi di imprese, associazioni imprenditoriali e sociali, organismi di ricerca, istituzioni governative (locali, nazionali e internazionali) avendo maturato:

- capacità di valutare criticamente come si svolge una decisione politica o amministrativa, individuando i loro principali personaggi, attori e strumenti legali e non legali;
- capacità di comprendere come il punto di vista giuridico sia rilevante e utile all'interno di un ambiente decisionale;
- capacità di capire come le intuizioni della psicologia cognitiva possano essere incorporate nell'analisi economica tradizionale del diritto costituendo il nuovo dominio del "diritto comportamentale".

Area Aziendale

Conoscenza e comprensione: il laureato in Economia e Scienze Comportamentali sarà in grado di conoscere e comprendere:

- il contesto dinamico che caratterizza l'ambiente aziendale sia interno che esterno all'azienda;
- i fondamenti della gestione e valorizzazione delle risorse umane;
- i sistemi di pianificazione e controllo aziendale;

- i sistemi di misurazione e gestione dei costi;
- i fattori principali che potrebbero mettere a rischio l'attività aziendale;
- i principi e le motivazioni alla base dei comportamenti d'impresa;
- il ruolo del marketing nell'impresa e nell'economia;
- l'analisi della segmentazione, dell'attrattività e della competitività dell'impresa sul mercato;
- i costrutti di targeting e posizionamento;
- le principali strategie di marketing ed il funzionamento delle leve operative;
- i fondamenti delle ricerche di marketing;
- le basi dell'analisi quantitativa di dati di mercato.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione: le conoscenze acquisite potranno essere applicate in varie tipologie di imprese sia private che pubbliche per:

- la valutazione delle diverse alternative proposte dal sistema delle decisioni e delle informazioni;
- applicare le metodologie di analisi per ottenere una pianificazione strategica ottimale;
- progettare piani per la valorizzazione, motivazione ed incentivazione delle risorse umane;
- interpretare i valori presenti in un bilancio di esercizio, definendo in sintesi, lo stato di salute dell'azienda;
- pianificare, progettare ed attuare strategie di marketing;
- progettare e attuare ricerche commerciali scrupolose in ambienti globali e competitivi;
- distinguere tra fonti di dati sapendoli analizzare attraverso metodi e tecniche di ricerca scientifica con i principali strumenti informatici utilizzati nel marketing;
- provvedere all'implementazione della corporate social responsibility;
- elaborare un codice etico di comportamento.

Area Psicologica

Conoscenza e comprensione: il laureato in Economia e Scienze Comportamentali sarà in grado di padroneggiare i contributi delle scienze cognitive e psicosociali come strumento per sviluppare, anche attraverso modelli e simulazioni, una comprensione più profonda, solida e predittiva del pensiero, delle emozioni, delle scelte e dei comportamenti degli attori economici individuali e collettivi; specificamente dovrà conoscere e comprendere:

- i fondamenti teorici dei diversi metodi di analisi comportamentale;
- le caratteristiche, delle condizioni d'uso, dei vantaggi e dei limiti delle diverse tecniche qualitative e quantitative basate sulla misurazione del comportamento umano nei suoi contesti;
- i fondamenti teorici della psicologia del linguaggio e della comunicazione;
- le basi cerebrali del linguaggio;
- i processi di comunicazione verbale e non verbale e come questi processi sono influenzati dalle tecnologie emergenti;
- i meccanismi fondamentali alla base dei processi di influenza e di persuasione;
- l'evoluzione storica del rapporto mente-cervello;
- i fondamenti dell'anatomia funzionale del sistema nervoso centrale;
- il funzionamento della corteccia prefrontale e le funzioni esecutive;
- i fondamenti anatomico-funzionali dei processi affettivi;
- le basi neurali della coscienza e della decisione;
- le principali tecniche di indagine nelle neuroscienze cognitive;
- i metodi di indagine comportamentale: tracking oculare, psicogalvanica, cinematica, lettura del volto
- i fondamenti delle Neuroscienze Cognitive Organizzative;
- i concetti e tecniche di base del neuromarketing;
- gli aspetti tipici e atipici delle dinamiche intragruppo, con particolare riferimento al contesto organizzativo;
- i principali processi psicosociali che regolano l'interdipendenza all'interno dei gruppi;
- gli aspetti tipici e critici del comportamento organizzativo;
- gli aspetti teorici delle dinamiche intragruppo, alla luce delle principali concettualizzazioni della

- psicologia sociale;
- gli aspetti strutturali dei gruppi (sistemi di ruoli e status), la formazione e il mantenimento dei gruppi sociali, i processi di coesione e di scambio, le regole e la gestione della devianza, la leadership, la coesione;
- l'approccio dell'identità sociale;
- i processi di motivazione e impegno, i processi decisionali di gruppo, il conflitto e la sua gestione, la comunicazione, il clima etico.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione: le conoscenze acquisite potranno essere applicate in aziende pubbliche e private, consorzi di imprese, associazioni imprenditoriali e sociali, organismi di ricerca, istituzioni governative (locali, nazionali e internazionali) per:

- essere in grado di utilizzare le diverse tecniche di osservazione apprese durante il corso e applicare le più appropriate nella pratica professionale;
- essere in grado di progettare una semplice raccolta di dati basata sull'osservazione del comportamento umano in un contesto ecologico;
- essere in grado di valutare l'affidabilità e la validità dei dati raccolti attraverso l'osservazione, e di effettuare un'analisi descrittiva dei dati raccolti;
- riconoscere le componenti ambientali, sociali, comunicative e cognitive in grado di orientare il comportamento degli individui e dei gruppi;
- pianificare un intervento di stimolo in diversi contesti, utilizzando diverse metodologie e sapendo misurarne gli effetti sia diretti e prossimali che indiretti e distali;
- integrare le conoscenze e di gestire la complessità nello studio dei processi di gruppo e organizzativi, nonché di formulare ipotesi sul funzionamento tipico e atipico dei gruppi in generale e dei comportamenti organizzativi in particolare.

Autonomia di giudizio, Abilità comunicative, Capacità di apprendimento

Autonomia di giudizio

Al termine del corso il laureato magistrale dovrà essere in grado di integrare conoscenze, gestire complessità, e formulare giudizi anche con dati parziali. Sarà in grado di analizzare in modo autonomo e critico il contributo delle neuroscienze nel business e avrà acquisito la capacità di valutare ed influenzare le dinamiche di gruppo in contesti sociali, commerciali e organizzativi.

Abilità comunicative

Al termine del corso il laureato magistrale dovrà sapere utilizzare il gergo delle scienze economiche e comportamentali. Inoltre, dovrà aver acquisito la capacità di comunicare in modo chiaro conoscenze e idee sul comportamento umano a interlocutori specialisti e non specialisti.

Nello specifico il laureato:

- sarà in grado di presentare in modo chiaro ed articolato le attività di ricerca;
- sarà in grado di presentare in modo chiaro ed articolato l'apporto delle neuroscienze nel business;
- sarà in grado di presentare in modo chiaro ed articolato le attività di ricerca "neuro-organizzative", il metodo e i risultati della ricerca neuroscientifica ad un pubblico aziendale;
- saprà discutere criticamente i presupposti standard della teoria economica classica e i principi degli esperimenti economici necessari per progettare e intraprendere un esperimento indipendente; dimostrare come i presupposti standard in economia si traducono in comportamenti predetti;
- saprà utilizzare il linguaggio tecnico della psicologia sociale e delle organizzazioni, ed avrà acquisito la capacità di comunicare in modo chiaro e inequivocabile le proprie conoscenze e idee sul funzionamento di gruppi e organizzazioni a interlocutori specialisti e non specialisti;
- saprà utilizzare correttamente la terminologia economica;
- saprà illustrare e discutere rigorosamente le relazioni matematiche alla base del modello studiato.

Capacità di apprendimento

Al termine del corso il laureato magistrale dovrà aver acquisito la capacità di approfondire in modo auto-diretto gli argomenti di interesse, sia attraverso la lettura critica e proattiva della letteratura scientifica di tipo economico e psicologico, sia attraverso la progettazione, la realizzazione e l'interpretazione di interventi di ricerca-azione.

Art. 4

Conoscenze richieste per l'accesso e modalità di ammissione

Conoscenze richieste per l'accesso

Per essere ammessi al corso di laurea magistrale Economia e Scienze Comportamentali è necessario possedere un livello di conoscenza della lingua inglese di livello non inferiore al B2 del Quadro Comune Europeo di Riferimento per le lingue (QCER). Le conoscenze della lingua inglese saranno verificate dalla Commissione di Ammissione nell'ambito di un colloquio in cui il candidato dovrà essere in grado di dimostrare un livello non inferiore al B2 nel descrivere il proprio percorso accademico pregresso e le proprie motivazioni all'iscrizione. Occorre inoltre essere in possesso della laurea o del diploma universitario di durata triennale:

a) in una delle seguenti classi ex D.M.270/04:

- L16 SCIENZE DELL'AMMINISTRAZIONE E DELL'ORGANIZZAZIONE
- L18 SCIENZE DELL'ECONOMIA E DELLA GESTIONE AZIENDALE
- L33 SCIENZE ECONOMICHE

b) oppure in una delle classi ex D.M.270/04 diverse da quelle precedentemente elencate, purché siano stati acquisiti complessivamente almeno 30 CFU in uno o più dei Settori Scientifico Disciplinari SECS-P/01, SECS-P/02, SECS-P/06, SECS-P/07, SECS-P/08, SECS-P/09, SECS-P/10, SECS-S/01, SECS-S/02, SECS-S/03, SECS-S/05 appartenenti all'Area 13 (Scienze economiche e statistiche) e/o in uno o più dei Settori Scientifico Disciplinari IUS01, IUS04, IUS05, IUS07, IUS09, IUS10 appartenenti all'Area 12 (Scienze giuridiche), con un minimo di 15 CFU nell'ambito dell'Area 13;

c) oppure in una delle classi di laurea ex D.M.509/99 identificate equipollenti a quelle precedentemente indicate dal Decreto Interministeriale 9 luglio 2009 - Equiparazioni tra classi delle lauree DM 509/1999 e classi delle lauree DM 270/2004, ai fini della partecipazione ai pubblici concorsi - Pubblicato nella Gazzetta Ufficiale del 7 ottobre giugno 2009 n. 233;

d) oppure, secondo il previgente ordinamento quadriennale, in una delle seguenti lauree: Laurea in Economia e Commercio, Economia Aziendale, Economia Politica ed equipollenti;

e) oppure in possesso di altro titolo di studio conseguito all'estero, riconosciuto idoneo.

Modalità di ammissione

Per potersi iscrivere al Corso di Laurea Magistrale in Economia e Scienze Comportamentali, lo studente deve essere in possesso di specifici requisiti curriculari e di adeguata preparazione personale, ai sensi dell'art. 6, comma 2, del D.M. n. 270/2004. Tali requisiti sono pubblicizzati attraverso diversi canali informativi (brochure, sito internet istituzionale, attività di orientamento in ingresso).

Verifica della personale preparazione

L'adeguatezza della preparazione personale viene accertata attraverso uno specifico e formalizzato processo di verifica. Ciascuna domanda di immatricolazione viene esaminata da un'apposita Commissione di Ammissione al Corso di Studio che valuta le singole carriere degli studenti (se necessario, anche attraverso un'analisi dei programmi di insegnamento) al fine di verificare che lo studente abbia le competenze necessarie per seguire

\

con profitto il percorso di studio.

La Commissione valuta altresì il possesso dei requisiti curriculari nei casi non ricompresi nelle tipologie specificatamente ammesse.

Per gli studenti in possesso dei requisiti curriculari, il CdS procede alla verifica della personale preparazione. Tale verifica avverrà tramite un colloquio iniziale finalizzato a valutare le conoscenze e competenze nelle seguenti discipline: i) statistica generale ii) economia politica/microeconomia iii) economia aziendale/economia e gestione delle imprese.

I colloqui valutativi saranno condotti dalla Commissione di Ammissione composta da tre docenti, rappresentanti delle tre aree disciplinari. Specificamente nei colloqui verranno valutate, anche in lingua inglese, le seguenti conoscenze e competenze:

i) Statistica generale

Inferenza statistica: approfondimenti di calcolo delle probabilità - Principali variabili casuali e loro distribuzioni - Teoria dei test statistici - Metodi di campionamento - Analisi dei modelli lineari - Analisi della varianza - Sistemi di equazioni simultanee - Criteri di identificazione, di stima e di controllo dei modelli.

ii) Economia politica/Microeconomia

Interdipendenza e benefici dello scambio - Concorrenza e mano invisibile - Domanda, offerta ed elasticità - Efficienza e Scambio - Concorrenza imperfetta, contendibilità e potere di mercato - Monopolio naturale - Il valore dell'informazione nei contratti - Esternalità, beni pubblici e diritti di proprietà - Politiche di regolazione e antitrust - Risorse naturali ed ambiente - Redditi, disuguaglianza e povertà.

iii) Economia aziendale/Economia e gestione delle imprese

Lo sviluppo delle imprese: strategie, modelli e strumenti per la crescita - L'analisi per le scelte strategiche - Le strategie di fronteggiamento della crisi aziendale - Le strategie di business - Le scelte di progettazione organizzativa - La performance strategica - Responsabilità sociale e sostenibilità - I sistemi produttivi e la produzione - La logistica e la supply chain management - La gestione dei processi di marketing - La distribuzione commerciale.

Per ogni candidato la Commissione di Ammissione si esprimerà con un giudizio di idoneità o non idoneità all'ammissione al corso di laurea.

Oltre alla valutazione della competenza nella lingua inglese, non sarà necessaria alcuna ulteriore valutazione dei requisiti per l'ammissione qualora i laureati di cui ai punti a), c), d) e) abbiano conseguito un voto di laurea almeno pari a 99/110 ovvero nei casi in cui i laureati di cui alla lettera b) abbiano conseguito un voto medio degli esami sostenuti nelle aree scientifiche specificate alla stessa lettera con voto almeno pari a 27/30.

Art. 5

Offerta didattica programmata coorte

Di seguito è riportato il quadro generale delle attività formative con l'identificazione del numero e delle tipologie dei settori scientifico - disciplinari di riferimento e dei CFU attribuiti raggruppati per anno di corso.

Descrizione	Cfu	Tipologia	TAF	SSD	Ciclo
PRIMO ANNO					
ECONOMIA SPERIMENTALE	9	Attività formativa monodisciplinare	B - Caratterizzante	SECS-P/01	Primo Semestre

INNOVAZIONE, IMPRENDITORIALITA' E POLITICHE PUBBLICHE	9	Attività formativa monodisciplinare	B - Caratterizzante	SECS-P/06	Primo Semestre
FINANZA COMPORTAMENTALE	9	Attività formativa monodisciplinare	B – Caratterizzante	SECS-P/11	Primo Semestre
MARKETING E RICERCHE DI MERCATO	9	Attività formativa monodisciplinare	B – Caratterizzante	SECS-P/08	Primo Semestre
DIRITTO E PROCESSI DECISIONALI NELLE POLITICHE PUBBLICHE	6	Attività formativa monodisciplinare	B - Caratterizzante	IUS/10	Primo Semestre
ECONOMIA COMPORTAMENTALE PER LE AZIENDE	6	Attività formativa monodisciplinare	B - Caratterizzante	SECS-P/07	Secondo Semestre
NEUROSCIENZE COGNITIVE, PROCESSI DECISIONALI E NEUROMARKETING	6	Attività formativa monodisciplinare	C – Affine	M-PSI/02	Secondo Semestre
GROUP PROCESSES & ORGANIZATIONAL BEHAVIOR	6	Attività formativa monodisciplinare	C – Affine	M-PSI/05	Secondo Semestre
ARCHITETTURA DELLA SCELTA, PERSUASIONE E NUDGING	6	Attività formativa monodisciplinare	C – Affine	M-PSI/05	Secondo Semestre
INSEGNAMENTO A SCELTA DELLO STUDENTE	6	Attività formativa monodisciplinare	D - A scelta dello studente		Secondo Semestre
SECONDO ANNO					
ANALISI STATISTICA DEI DATI	6	Attività formativa monodisciplinare	B – Caratterizzante	SECS-S/01	Primo Semestre
DECISIONI IN CONTESTI DI INCERTEZZA	6	Attività formativa monodisciplinare	B – Caratterizzante	SECS-S/06	Primo Semestre
ETICA SOCIALE	6	Attività formativa monodisciplinare	C – Affine	M-FIL/03	Primo Semestre
PSICOLOGIA DEL LINGUAGGIO E DELLA COMUNICAZIONE	6	Attività formativa monodisciplinare	C – Affine	M-PSI/01	Primo Semestre
METODI DI ANALISI COMPORTAMENTALE	6	Attività formativa monodisciplinare	C – Affine	M-PSI/04	Primo Semestre
SCIENZE COMPORTAMENTALI E CAMBIAMENTO SOCIALE	6	Attività formativa monodisciplinare	C - Affine	SPS/12	Primo Semestre
INSEGNAMENTO A SCELTA DELLO STUDENTE	6	Attività formativa monodisciplinare	D - A scelta dello studente		Primo Semestre
MACROECONOMIA INTERNAZIONALE	6	Attività formativa monodisciplinare	B - Caratterizzante	SECS-P/01	Secondo Semestre
ECONOMIA DEL BENESSERE E DELLO SVILUPPO	6	Attività formativa monodisciplinare	B - Caratterizzante	SECS-P/06	Secondo Semestre
TIROCINI FORMATIVI E DI ORIENTAMENTO	0-6	Attività formativa monodisciplinare	F- Altro	NN	Secondo Semestre
ULTERIORI CONOSCENZE LINGUISTICHE	0-6				

PROVA FINALE	12	Attività formativa monodisciplinare	E - Lingua/Prova Finale	PROFIN_S	Secondo Semestre
--------------	----	--	----------------------------	----------	---------------------

Art. 6
Descrizione del percorso e metodi di accertamento

Percorso Formativo

Il percorso formativo del corso si articola come segue:

Primo Anno

1° Term	CFU	SSD
<i>Economia Sperimentale</i>	9	SECS-P/01
1 Insegnamento a scelta dello studente tra i seguenti:	9	
<i>Finanza Comportamentale</i>		SECS-P/11
<i>Marketing e Ricerche di Mercato</i>		SECS-P/08
Totale del 1° Term	18	
2° Term		
<i>Diritto e Processi Decisionali nelle Politiche Pubbliche</i>	6	IUS/10
2 Insegnamenti a scelta dello studente tra i seguenti:	12	
<i>Neuroscienze Cognitive, Processi Decisionali e Neuromarketing</i>		M-PSI/02
<i>Dinamiche di Gruppo e Comportamento Organizzativo</i>		M-PSI/05
<i>Architettura della Scelta, Persuasione e Nudging</i>		M-PSI/05
Insegnamento a scelta dello studente	6	
Totale del 2° Term	24	
3° Term		
<i>Innovazione, Imprenditorialità e Politiche Pubbliche</i>	9	SECS-P/06
<i>Economia Comportamentale per le Aziende</i>	9	SECS-P/07
Totale del 3° Term	18	

Secondo Anno

4° Term	CFU	SSD
1 Insegnamento a scelta dello studente tra i seguenti: <i>Analisi Statistica dei Dati</i> <i>Decisioni in Contesti di Incertezza</i>	6	SECS-S/01 SECS-S/06
2 Insegnamenti a scelta dello studente tra i seguenti: <i>Etica Sociale</i> <i>Psicologia del Linguaggio e della Comunicazione</i> <i>Metodi di Analisi Comportamentale</i> <i>Scienze Comportamentali e Cambiamento Sociale</i>	12	M-FIL/03 M-PSI/01 M-PSI/04 SPS/12
Insegnamento a scelta dello studente	6	
Totale del 4° Term	24	
5° Term		
<i>Macroeconomia Internazionale</i>	6	SECS-P/01
<i>Economia del Benessere e dello Sviluppo</i>	6	SECS-P/06
Ulteriori competenze linguistiche	0-6	
Tirocini Formativi ed Orientamento	0-6	
Totale del 5° Term	18	
6° Term		
Prova Finale	18	
Totale del 6° Term	18	
TOTALE CORSO DI STUDI	120	

Metodi di accertamento

I metodi di accertamento sono prevalentemente costituiti da esami scritti e/o prove orali. Ogni docente, all'inizio dell'A.A. comunica nel dettaglio le modalità di svolgimento delle verifiche.

Art. 7

Modalità di trasferimento da altri corsi di studio e criteri e procedure per il riconoscimento crediti

Il Consiglio di Corso di Laurea Magistrale in Economia e Scienze Comportamentali delibera sulle richieste di trasferimento degli studenti provenienti da altri corsi di laurea e sul numero di crediti ad essi riconosciuti. A tal fine, il Consiglio appronta il Regolamento Riconoscimento Crediti e istituisce un'apposita commissione. Il Regolamento Riconoscimento Crediti disciplina le varie casistiche nel rispetto dei principi generali espressi

\

nel Regolamento Didattico di Ateneo in materia di trasferimenti, passaggi e riconoscimento di crediti formativi. La Commissione riconoscimento crediti è formata da tre membri del Consiglio e ha il compito di esaminare la documentazione fornita dagli studenti e avanzare al Consiglio di Corso di Laurea proposte relative al riconoscimento crediti elaborate in ottemperanza del Regolamento Riconoscimento Crediti

Art. 8

Iscrizione ad anni successivi

Il Consiglio di Corso di Laurea Magistrale in Economia e Scienze Comportamentali delibera in merito all'iscrizione degli studenti ad anni successivi. A tal fine si avvale della Commissione Riconoscimento Crediti che dovrà avanzare proposte in tal senso. L'iscrizione degli studenti agli anni successivi è disciplinata dal Regolamento Riconoscimento Crediti.

Art. 9

Caratteristiche prova finale

Caratteristiche della prova finale

La prova finale consiste nella presentazione e discussione di un elaborato scritto costituito da un lavoro di natura compilativa, metodologica, sperimentale o applicativa in forma originale sotto la guida di un relatore e la supervisione di almeno un correlatore.

Modalità di svolgimento della prova finale

Per il conseguimento della Laurea Magistrale in Economia e Scienze Comportamentali lo studente, dopo aver superato tutti gli esami previsti dal piano di studio, inclusi quelli relativi alle attività formative autonomamente scelte, e dopo aver acquisito i crediti per le altre attività formative (ulteriori conoscenze linguistiche e/o tirocini formativi), deve superare una prova finale il cui obiettivo è quello di valutare la capacità di applicare correttamente gli approcci e i modelli della economia comportamentale economico, e la strumentazione metodologica e professionale appresa durante il percorso di studi.

La prova finale, che prevede l'attribuzione di 18 CFU, si conclude con una discussione basata su di un lavoro organico e completo elaborato in modo originale dallo studente atto a dimostrare capacità di ricerca, elaborazione e sintesi. Normalmente il lavoro si concretizza in un testo scritto realizzato dallo studente sotto la guida di un tutore (normalmente un docente del corso di laurea che assumerà anche il ruolo di relatore durante la discussione) e ha per oggetto un tema specifico attinente uno degli insegnamenti del corso di Laurea Magistrale.

La versione finale del lavoro svolto dallo studente deve essere consegnata al tutore con congruo anticipo per l'approvazione da parte dello stesso. In caso di lavori che si presentino in forma non usuale, il relatore presenta una breve relazione al Presidente del Corso di Laurea Magistrale, che si riserva ogni valutazione in merito.

Prima della discussione lo studente deve consegnare presso la segreteria studenti, entro la scadenza stabilita, copia del lavoro svolto in formato elettronico, unitamente ad una copia del frontespizio recante la firma del relatore. Il laureando deve altresì provvedere, tempestivamente, alla consegna di una copia del lavoro al correlatore designato dal Presidente del Corso di Laurea Magistrale almeno sette giorni prima della discussione. Eventuali ritardi nella consegna del lavoro potranno essere autorizzati dal Presidente del Corso di Laurea Magistrale solo previa richiesta, motivata, da parte del relatore.

Il lavoro del candidato deve svolgersi in lingua inglese e deve essere accompagnato da un'adeguata sintesi in lingua italiana.

La discussione avviene alla presenza di una Commissione nominata dal Direttore del Dipartimento competente, la cui composizione è disciplinata nel Regolamento Didattico di Ateneo (art. 37).

La Commissione di Laurea è composta di norma da undici componenti, e comunque non meno di sette, nominati dal Direttore del Dipartimento. La Commissione ascolta e discute con ogni candidato il lavoro dello

studente in seduta pubblica. Successivamente si riunisce in seduta riservata per attribuire il voto di laurea a ogni candidato. Procede poi alla proclamazione dei voti di laurea.

Il voto finale di Laurea Magistrale è espresso in centodecimi ed è costituito dalla somma delle quattro determinanti elencate qui di seguito:

- a. media ponderata dei voti degli esami sostenuti espressa in centodecimi;
- b. voto conseguito nella prova finale;
- c. eventuale integrazione per le lodi ricevute negli esami sostenuti;
- d. valutazione della carriera.

Il valore della somma così ottenuta viene approssimato all'intero superiore, qualora il primo numero dopo la virgola sia uguale o superiore a 5, o all'intero inferiore negli altri casi.

Nel caso in cui la somma delle componenti risulti pari o superiore a 110/110 e lo studente consegua il punteggio massimo previsto per la prova finale, la Commissione di Laurea all'unanimità potrà concedere la lode.

L'attribuzione dei punteggi relativi alle quattro determinanti viene effettuata secondo i seguenti criteri. Determinante a.

La media ponderata dei voti degli esami sostenuti, pesati con i relativi crediti, espressa in centodecimi è calcolata con il seguente procedimento:

- si moltiplica il voto conseguito in ogni esame per il numero di crediti formativi dell'esame corrispondente;
- si calcola il valore A dato dalla somma dei numeri ottenuti al passaggio precedente;
- si calcola il valore B dato dalla somma dei crediti formativi degli esami che entrano nel calcolo della media;
- si calcola il valore C ottenuto dividendo il valore A per il valore B ($C=A/B$);
- si calcola il valore D ottenuto dividendo il valore C per 30 ($D=C/30$);
- si ottiene la media ponderata dei voti espressa in centodecimi moltiplicando il valore D per 110 ($MP=D \times 110$).

Concorrono alla determinazione della media ponderata dei voti conseguiti espressa in centodecimi (MP) anche i voti ottenuti negli esami relativi alle attività formative autonomamente scelte dallo studente, pesati con i relativi crediti (CFU), purché preventivamente incluse nel piano di studio approvato e purché il numero complessivo dei CFU acquisiti non ecceda i CFU previsti dall'ordinamento didattico per le attività formative autonomamente scelte dallo studente. Eventuali CFU in eccesso rispetto ai 120 CFU richiesti per il conseguimento della Laurea non concorreranno alla determinazione del voto finale di laurea; la decurtazione riguarderà i CFU relativi alle attività formative autonomamente scelte nei cui accertamenti di profitto lo studente ha riportato la votazione più bassa.

Determinante b.

La votazione relativa alla prova finale, espressa in centodecimi, dovrà essere formulata tenendo conto sia della qualità del lavoro svolto dal candidato, sia della capacità del candidato di esporre gli argomenti trattati avvalendosi delle conoscenze e delle competenze acquisite durante l'intero percorso formativo universitario. La Commissione potrà attribuire per la prova finale un punteggio massimo di 6 punti.

Determinante c.

L'integrazione per le lodi, espressa in centodecimi, viene determinata attribuendo 0,4 punti per ogni lode ricevuta negli esami sostenuti, entro il limite massimo di 2 punti.

Determinante d.

L'integrazione per la carriera viene determinata entro il limite massimo di 3 punti in riferimento al curriculum accademico dello studente.

Art. 10

Struttura organizzativa e funzionamento del corso di studio

Il Corso di Studio prevede i seguenti organi: Consiglio di Corso di Laurea, che esercita le funzioni attribuitegli dalle leggi, dallo Statuto e dai regolamenti; Presidente, con funzioni di indirizzo e coordinamento; Gruppo di gestione dell'Assicurazione della Qualità; Commissioni didattiche (colloqui di ingresso, orientamento e riconoscimento crediti/pratiche studenti); rappresentanza studentesca, con funzione di raccordo tra studenti e docenti. Il Corso di Studio farà anche affidamento a strutture di Ateneo (Segreteria studenti, Nucleo di valutazione, ecc.) o di Dipartimento (Segreteria di Dipartimento) per le questioni organizzative ed amministrative.