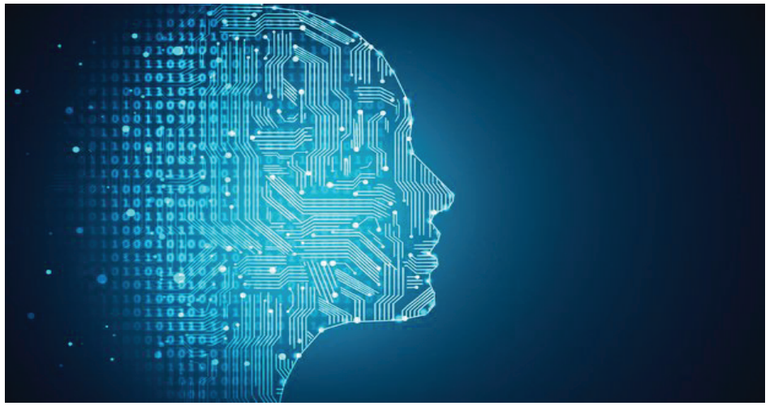
Economics and comunication for management and innovation (ECoMI) LM-77 is a multi-disciplinary programme specifically based on the needs of enterprises, as highlighted from Confindustria, the main Italian Association of Entrepreneurs.
This course is inter-faculty (split between Economics and Political Sciences) and it takes place in Rome with the participation of the University of Tuscia.
The objective is to train professionals who will be able to meet the multi-disciplinary requirements of modern enterprise, extending the traditional curricula of single-faculty programmes and moulding economics, computer science and social sciences.
The course has two double degree agreements with the MGIMO University in Moscow and with the University of Bucarest.

REQUISITI DI ACCESSO
Diploma di laurea di classe L-18, L-20 o L-33 (ex D.M. 270/04), purché il laureato sia in possesso di almeno 60 CFU acquisiti nei SSD di base e caratterizzanti previsti nelle tabelle allegate al DM. 16 marzo 2007 per la classe L-18. I laureati di altre classi devono essere in possesso di almeno 72 CFU acquisiti nei SSD di base caratterizzanti previsti nelle tabelle allegate al DM. 16 marzo 2007 per le classi 18 e 33 e/o nei SSD da MAT/01 a MAT/09 inclusi, INF/01, ING-IND-16, ING-IND/35, ING-INF/03, ING-INF/04 e ING-INF/05, nel rispetto di vincoli distributivi minimi tra ambiti fissati nel Regolamento didattico del Corso di Studio. Il Regolamento didattico del corso di studio disciplina altresì le modalità di verifica della personale preparazione degli studenti, ivi inclusa la conoscenza della lingua inglese almeno di livello B2.
Il possesso dei requisiti curricolari viene affiancato da una verifica della Preparazione personale. La preparazione personale viene considerata posseduta in presenza di un voto di laurea non inferiore a 90/110; per tutti gli altri il Consiglio di Corso di Studio provvede alla verifica mediante colloquio individuale o test collettivo. Poiché a livello di laurea magistrale non possono più essere assegnati debiti formativi, in caso di esito negativo della verifica, l'iscrizione è consentita ma sconsigliata; in particolare, si segnaleranno allo studente le carenze che dovrà comunque colmare per la proficua fruizione del corso.



Seguici su www.economia.uniroma1.it

Corso di Laurea magistrale in Economics and communication for management and innovation

A.A. 2020/2021

Facoltà di Economia

Sapienza
Università di Roma

Codice corso
Facoltà: Economia
Dipartimento: Management
Durata: 2 anni
Classe di Laurea: LM-77
Modalità di ammissione: verifica dei requisiti e della preparazione personale
Posti disponibili: accesso libero

OBIETTIVI FORMATIVI

Il corso di Laurea magistrale si propone di formare futuri dirigenti di aziende pubbliche e private in grado di affrontare con dimestichezza tematiche di assoluta attualità e fonti di nuove professionalità con uno specifico taglio strettamente connaturato al carattere di Laurea magistrale in campo economico aziendale. I laureati magistrali in "Economia e comunicazione per il management e l'innovazione " devono:

- avere a disposizione conoscenze approfondite nel campo della gestione aziendale, dell'economia, del diritto e nell'ambito matematico-statistico;
- avere a disposizione conoscenze in merito alle attività di conduzione e gestione aziendale, in specifica maniera in connessione con la complessa attività di internazionalizzazione delle imprese sul mercato;
- possedere spiccate abilità nel coordinare, organizzare e gestire relazioni e processi comunicativi;
- possedere adeguate conoscenze metodologiche per l'elaborazione e l'uso di strumenti per la raccolta e l'analisi dei dati;
- possedere specifiche nozioni in merito allo sfruttamento concreto dell'innovazione tecnologica.

PERCORSO FORMATIVO

Il percorso formativo prevede un semestre iniziale volto a consolidare le conoscenze in campo economico-aziendale e quantitativo acquisite nella laurea triennale, cui segue lo sviluppo di competenze specialistiche particolarmente orientate verso la gestione e controllo dei processi produttivi, l'innovazione tecnologica e le problematiche (anche normative) connesse alla certificazione di qualità. La quota del tempo dedicato allo studio individuale è definita nel Regolamento didattico del corso di studio.
Alla prova finale, il Corso di studio in Economia e comunicazione per il management e l'innovazione, riserva 18 cfu. Lo studente concorda l'argomento della tesi con il relatore, che ne segue l'elaborazione, in una disciplina prevista nel proprio percorso formativomagistrale (di norma tra le attività caratterizzanti e le attività affini o integrative).
La prova finale consiste nella preparazione e nella discussione di una tesi, redatta in lingua inglese ed elaborata in modo originale dallo studente, sotto la guida di uno o più docenti, anche tramite una ricerca empirica, volta all'approfondimento di problematiche affrontate nel percorsoformativo.
L'impegno richiesto allo studente deve essere strettamente commisurato al numero di crediti conseguibili.

SBOCCHI PROFESSIONALI

Il corso mira a formare numerose figure professionali tra le quali possibile trovare:

- Imprenditori e manager nelle aziende e istituzioni dei settori industriali e di servizi, di natura pubblica e privata;
- Liberi professionisti;
- Esperti di responsabilità elevata e consulenti nelle funzioni di amministrazione, gestione di imprese industriali, commerciali, di servizi e degli intermediari finanziari;
- Responsabile di uffici e istituzioni pubbliche e private, nazionali o internazionali.

Economics and communication for management and innovation

(in lingua inglese)
doppio titolo (italo-russo e italo-rumeno)
Sapienza Università di Roma/Moscow State Institute of international relations (MGIMO)
Sapienza Università di Roma/Bucharest University of economic studies

		Credits	Total credits
First year			
First semester			
1	Digital content processing	9	24
2	European Union law	6	
3	Innovation and organization of companies	9	
Second semester			
1	Business information systems Strategies and tools **6cfu** Business cases **3cfu**	9	33
2	Enterprise communication management	12	
3	Industrial Economics and Game Theory	6	
4	Innovation and Economic Development	6	
Second year			
First semester			
1	Digital transformation and data management	9	24
2	International banking and capital markets	6	
3	Statistics for business and decision making Statistics for business and decision making 6 cfu Statistics for consumer research 3cfu	9	
Second semester			
1	Customer satisfaction and customer behavior Customer satisfaction 6 cfu Customer behavior 3cfu	9	9
1	One module chosen by student	9	9
1	Further training (Art . 10 , paragraph 5 , letter d - D.M. 270/04) (Further knowledge for placementt on the job market)	3	3
1	**Dissertation**	18	18
	Total credits	**120**	**120**