



## Informazioni generali sul Corso di Studi

<b>Università</b>	Università degli Studi "G. d'Annunzio" CHIETI-PESCARA
<b>Nome del corso in italiano</b>	ECONOMIA E SCIENZE COMPORTAMENTALI ( <i>IdSua:1598483</i> )
<b>Nome del corso in inglese</b>	ECONOMICS AND BEHAVIORAL SCIENCES
<b>Classe</b>	LM-56 - Scienze dell'economia
<b>Lingua in cui si tiene il corso</b>	italiano
<b>Eventuale indirizzo internet del corso di laurea</b>	<a href="https://esc.unich.it/home-esc">https://esc.unich.it/home-esc</a>
<b>Tasse</b>	<a href="https://www.unich.it/didattica/iscrizioni">https://www.unich.it/didattica/iscrizioni</a>
<b>Modalità di svolgimento</b>	a. Corso di studio convenzionale



## Referenti e Strutture

<b>Presidente (o Referente o Coordinatore) del CdS</b>	DI BERARDINO Claudio					
<b>Organo Collegiale di gestione del corso di studio</b>						
<b>Struttura didattica di riferimento</b>	Scienze filosofiche, pedagogiche ed economico-quantitative (Dipartimento Legge 240)					
<b>Docenti di Riferimento</b>						
N.	COGNOME	NOME	SETTORE	QUALIFICA	PESO	TIPO SSD
1.	BUCCIARELLI	Edgardo		PA	1	
2.	CECCATO	Irene		RD	1	

3.	DI BERARDINO	Claudio	PA	1
4.	ONESTI	Gianni	RD	1
5.	PALUMBO	Riccardo	PO	1
6.	SPALLONE	Marco	PO	1

<b>Rappresentanti Studenti</b>	Di Paolo Giulia Andrea giuliaandrea.dipaolo@studenti.unich.it
<b>Gruppo di gestione AQ</b>	Irene Ceccato Claudio Di Berardino Giulia Andrea Di Paolo Gianni Onesti Elvira Vitiello
<b>Tutor</b>	Claudio DI BERARDINO Gianni ONESTI



## Il Corso di Studio in breve

25/03/2024

Il Corso di Laurea Magistrale in Economia e Scienze Comportamentali mira a formare esperti di economia e scienze comportamentali per l'innovazione, l'imprenditorialità, il marketing, la valorizzazione delle risorse umane e delle politiche pubbliche.

Affrontando un percorso marcatamente interdisciplinare ed interattivo lo studente imparerà ad integrare sinergicamente il rigore delle teorie, dei metodi e degli strumenti caratteristici delle scienze economiche con la sensibilità delle teorie, dei metodi e degli strumenti caratteristici delle scienze comportamentali.

Lo studente maturerà così un profilo integrato e completo che gli consentirà di sviluppare una comprensione più profonda, articolata ed ecologica dei comportamenti e delle scelte degli attori economici e sociali.

Istituzioni pubbliche e private, organizzazioni e aziende sono alla costante ricerca di professionisti capaci di comprendere con più efficacia i propri stakeholders in modo da massimizzare la qualità delle proprie previsioni e l'impatto dei propri interventi.

L'economista comportamentale è formato per rispondere a questa esigenza crescente.

Link: <https://esc.unich.it/home-esc>



QUADRO A1.a

Consultazione con le organizzazioni rappresentative - a livello nazionale e internazionale - della produzione di beni e servizi, delle professioni (Istituzione del corso)

20/01/2022

La consultazione relativa al Corso di Laurea Magistrale in Economia e Scienze Comportamentali si è sostanziata in quattro distinte fasi, dal generale al particolare, ognuna rappresentata da una specifica analisi caratterizzata da distinti obiettivi, metodologie e fonti dei dati. Tali fasi sono: 1) Indagine per la definizione della denominazione del Corso; 2) Consultazione con le parti interessate a livello regionale; 3) Consultazione con le parti interessate a livello nazionale ed internazionale; 4) Approfondimento riguardante le preferenze espresse dalle parti interessate.

1) Indagine per la definizione della denominazione in lingua inglese del Corso al fine di attrarre anche studenti stranieri.

La denominazione del Corso (e l'orientamento generale rispetto ai suoi contenuti) è stata oggetto di un'indagine ad hoc condotta sul web. In particolare è stato effettuato un A/B test sul web promuovendo corsi che, a parità di contenuti, differivano nel solo nome. I nomi erano i seguenti: - Behavioral Economics; - Economics and Behavioral Sciences. L'analisi ha determinato la scelta della seconda delle due denominazioni, più chiara e informativa (la preferenza è basata sul numero di visualizzazioni della landing page del corso con la specifica denominazione da parte di utenti effettivamente e spontaneamente interessati all'iniziativa).

2) Consultazione con le parti interessate a livello regionale.

La consultazione con le organizzazioni rappresentative a livello locale della produzione, servizi, professioni si è indirizzata direttamente all'organizzazione che per sua natura è in grado di racchiudere i principali stakeholders dell'iniziativa. Tale organizzazione è rappresentata dall'AIDP - Associazione Italiana per la Direzione del Personale - costituita da network di oltre 17.000 membri (con 3000 Soci attivi, 16 gruppi regionali e una rete internazionale). L'AIDP racchiude quella varietà di soggetti preposti al recruiting aziendale e quindi possiede la migliore conoscenza di quelli che sono i trend del mercato del lavoro a livello regionale, nazionale ed internazionale. I suoi associati sono per lo più rappresentati da responsabili del personale di imprese private e di aziende e istituzioni pubbliche che rappresentano il principale mercato di sbocco per i laureati in Economia e Scienze Comportamentali. Della AIDP è stata consultata la Sezione Abruzzo e Molise in occasione dell'Assemblea del 28 Giugno 2019. Ai partecipanti è stato somministrato un questionario redatto sulla base delle linee guida per la consultazione delle parti interessate.

Al questionario hanno risposto 39 soggetti presenti in assemblea e così rappresentati:

- 51% direttori o addetti alle HR, consulenti HR ed imprenditori;
- 28% apprendisti HR;
- 8% non specificati.

I risultati sono sintetizzati nelle Sezioni che seguono.

Sezione 1: Denominazione del Corso

Domanda 1.1: Ritiene che la denominazione del corso comunichi in modo chiaro le finalità del corso di studio? Risultati: Il nome del corso è risultato gradito dall'81% dei rispondenti. In particolare il 54% lo ha trovato tendenzialmente gradito, il 27% totalmente gradito.

Sezione 2: Figure Professionali e Mercato del Lavoro

Domanda 2.1: In che misura ritiene che le figure professionali che il corso si propone di formare siano rispondenti alle esigenze del settore/ambito professionale/produttivo che la sua azienda rappresenta? Risultati: Il gradimento per la figura

professionale Esperto di Economia e Scienze Comportamentali per il Marketing è risultata gradita all'89% dei partecipanti (in particolare 53% tendenzialmente gradita e 36% totalmente gradita). Seguono Esperto di Economia e Scienze Comportamentali per l'Innovazione e l'Imprenditorialità (74%), Esperto di Economia e Scienze Comportamentali per l'Organizzazione e le Risorse Umane (72%), e, a pari livello, Esperto di Economia e Scienze Comportamentali per la Finanza il Controllo (64%) e Esperto di Economia e Scienze Comportamentali per le Politiche Pubbliche ed il Benessere Sociale (64%).

Domanda 2.2: In che misura ritiene che le figure professionali che il corso si propone di formare possano essere richieste nel mercato del lavoro nei prossimi dieci anni? Risultati: Il gradimento per la figura professionale Esperto di Economia e Scienze Comportamentali per il Marketing è risultata gradita all'97% dei partecipanti (in particolare 51% tendenzialmente gradita e 46% totalmente gradita). Seguono Esperto di Economia e Scienze Comportamentali per l'Innovazione e l'Imprenditorialità (92%), Esperto di Economia e Scienze Comportamentali per l'Organizzazione e le Risorse Umane (82%), Esperto di Economia e Scienze Comportamentali per la Finanza e il Controllo (73%) e Esperto di Economia e Scienze Comportamentali per le Politiche Pubbliche ed il Benessere Sociale (71%).

Domanda 2.3: Quali tra le figure professionali individuate ritiene possano maggiormente rispondere alle esigenze della sua Organizzazione? (Prego indichi il livello di rispondenza: 1 - Altissimo, 2 - Alto, 3 - Medio, 4 - Basso) Risultati: Il gradimento per la figura professionale Esperto di Economia e Scienze Comportamentali per il Marketing è risultato Altissimo ed Alto per il 62% dei partecipanti (in particolare 54% Alto e 8% Altissimo). Il risultato per la figura professionale Esperto di Economia e Scienze Comportamentali per l'Organizzazione e le Risorse Umane è equivalente (62%, in particolare 38% Altissimo e 24% Alto). Seguono Esperto di Economia e Scienze Comportamentali per l'Innovazione e l'Imprenditorialità (57%), Esperto di Economia e Scienze Comportamentali per le Politiche Pubbliche ed il Benessere Sociale (49%) ed Esperto di Economia e Scienze Comportamentali per la Finanza e il Controllo (46%).

### Sezione 3: Risultati di Apprendimento Attesi

Domanda 3.1: In che misura (da 1 a 5) ritiene che sia le conoscenze e capacità di comprensione che le abilità applicative che il corso di studio si propone di sviluppare nelle diverse aree di apprendimento siano rispondenti alle competenze che il mondo produttivo richiede per le figure professionali previste? Risultati: Relativamente alla sezione Conoscenza e Comprensione si evidenziano i seguenti punteggi medi per ciascuna Area sottoindicata: - Innovazione ed Imprenditorialità: 3,8 - Marketing: 3,9 - Finanza ed Economia Aziendale: 3,3 - Organizzazione e Risorse Umane: 4,1 - Politiche Pubbliche e Benessere Sociale: 3,6 Relativamente alla sezione Capacità di applicare Conoscenza e Comprensione si evidenziano i seguenti punteggi medi per ciascuna Area sottoindicata: - Innovazione ed Imprenditorialità: 3,8 - Marketing: 4,2 - Finanza ed Economia Aziendale: 3,3 - Organizzazione e Risorse Umane: 3,9 - Politiche Pubbliche e Benessere Sociale: 3,5 In sintesi si evidenzia una marcata preferenza per le aree Marketing, Innovazione e Imprenditorialità. Risultano altrettanto graditi (pur in grado minore) le competenze nell'area Organizzazione e Risorse Umane, Finanza ed Economia Aziendale. L'area di competenza relativa alle Politiche Pubbliche ed il Benessere Sociale ottiene un punteggio che comunque si posiziona ben al di sopra della soglia di media di 3.

### 3) Consultazione con le parti interessate a livello nazionale ed internazionale

La consultazione con le parti interessate a livello nazionale ed internazionale ricalca quella proposta a livello regionale. Si sono condotte una serie di interviste semistrutturate audioregistrate con consulenti e manager di numerose multinazionali quali Commerzbank AG, Microsoft, Juntos Finanzas, Nutmeg, Startup Institute, Google, Ebury, Bought By Many, Ford Motor Company, Micron, First West Credit Union e Jumeirah Group. Comune è stato l'apprezzamento per la chiarezza della denominazione del corso di Laurea, mentre l'attrattività per i profili professionali in uscita è stata massima per l'Esperto di Economia e Scienze Comportamentali per il Marketing, l'Esperto di Economia e Scienze Comportamentali per l'Organizzazione e le Risorse Umane e l'Esperto di Economia e Scienze Comportamentali per le Politiche Pubbliche ed il Benessere Sociale. Alcuni intervistati hanno sottolineato il valore delle scienze comportamentali applicate ai processi creativi, sia in termini di innovazione di prodotto/servizio che in termini di nuovi paradigmi per le campagne di marketing. Apprezzata e caldeggiata è stata la sinergia tra approcci comportamentali e competenze statistiche utili nel datamining e nella rilevazione di pattern. È stato anche evidenziato il ruolo dell'approccio del 'nudging' nella gestione delle risorse umane, soprattutto in ambienti fortemente dinamici che prevedono la costante creazione e dissoluzione di project team (vedi ad esempio la Agile Methodology), nonché la necessità (sia nelle organizzazioni che nella società più in generale) di discipline sia psicosociali che di ergonomia sociocognitiva che aiutino individui e gruppi ad interfacciarsi proficuamente con un numero crescente di robot e strumenti di intelligenza artificiale. Alcuni manager di multinazionali della 'Travel Industry' hanno poi evidenziato il valore di un approccio economico-comportamentale applicato al design di nuovi 'prodotti di

viaggio' ed in generale a nuovi servizi esperienziali da offrire ad una clientela sempre più vasta, differenziata ed affamata di customizzazione. In particolare nel settore bancario, i manager hanno sottolineato il valore dell'approccio comportamentale al fine di prevedere e gestire possibili 'incidenti reputazionali' con la clientela e con la società, anche a causa di scelte strategiche e di comunicazione e gestione apparentemente innocue. In ambito finanziario è stato apprezzato il ruolo dell'Esperto in Innovazione anche al fine della progettazione di prodotti e servizi finanziari 'behaviorally inspired'. In generale viene sollecitata l'attenzione ad una gestione esperienziale e laboratoriale degli insegnamenti ed in particolare viene rimarcato il valore di un approccio problem-finding con realtà organizzative al momento della definizione dei lavori di tesi che coronano il percorso. Condividendo queste sollecitazioni il regolamento didattico indirizzerà gli studenti ad interfacciarsi con attori economici e sociali, sia locali che internazionali, al fine di definire e sviluppare progetti di tesi orientati ad indagare ed intervenire al fine di produrre tangibili, per quanto marginali, processi di miglioramento economico, sociale ed organizzativo.

#### 4) Approfondimento riguardante le preferenze espresse dalle parti interessate.

L'approfondimento riguarda le preferenze espresse dalle parti interessate ed è condotto mediante interviste telefoniche e focus group. Dalle interviste in profondità con consulenti HR, direttori del personale, formatori, è stato confermato l'interesse per il possibile impatto del Laureato in Economia e Scienze Comportamentali soprattutto sul versante commerciale anche nelle sue accezioni più innovative ed evolute. Una figura al contempo consapevole e competente sia in ambito economico e aziendale che in ambito cognitivo e psicosociale è percepita ad alto valore nell'ambito del marketing, delle vendite, dell'analisi e previsione del comportamento del consumatore/utente/cittadino, delle strategie avanzate di comunicazione sia interna che esterna. Alcuni intervistati hanno evidenziato il potere di questa sinergia epistemica anche per formare potenziati profili di product manager, buyer, trend seeker, data analyst. In sintesi si è registrato l'entusiasmo per una figura formata per comprendere le logiche e gli approcci di tipo aziendale, organizzativo, amministrativo e al contempo portatrice di strumenti innovativi utili a comprendere ed influenzare le dinamiche dei processi neurosociocognitivi che spesso ne sono alla base determinandone efficacia e successo. Sul versante della gestione delle relazioni industriali, dalle interviste è emerso un certo pessimismo rispetto al futuro ruolo strategico di questa funzione, si è invece registrato interesse per una emergente figura professionale capace di costruire e negoziare percorsi di crescita motivanti e coinvolgenti per i talenti delle organizzazioni. Sul versante delle competenze nell'ambito dell'innovazione, gli intervistati hanno sottolineato quanto, sulla base della loro esperienza, i profondi processi di innovazioni sia di contenuto che di processo richiedano la fortunata combinazione della maturazione di competenze evolute e studenti già ad altro potenziale. Alcuni intervistati hanno quindi suggerito strategie su come il Corso di Laurea potrebbe farsi attrattivo per 'fuoriclasse' attraverso lo sviluppo di solide partnership con primari poli formativi internazionali, con le più importanti associazioni di categoria, e con le più note multinazionali della consulenza. Infine, diversi intervistati hanno auspicato che il Corso possa essere caratterizzato da una intensa alternanza scuola/lavoro e che orari e modalità didattiche possano essere strutturati al fine di facilitare la fruizione da parte di professionisti già attivi.

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Questionario Consultazione del 28 giugno 2019



QUADRO A1.b

**Consultazione con le organizzazioni rappresentative - a livello nazionale e internazionale - della produzione di beni e servizi, delle professioni (Consultazioni successive)**

27/03/2024

La valutazione periodica degli obiettivi formativi del Corso di Laurea Magistrale in Economia e Scienze Comportamentali contempla la consultazione delle organizzazioni riconosciute come parti sociali interessate. Nello specifico, è presente un Comitato di indirizzo di riferimento per le attività formative inserite nella sezione di Economia Comportamentale e

Neuroeconomia (<http://www.ecne.unich.it/comitato-dindirizzo/>), tra cui il Corso di Laurea Magistrale in Economia e Scienze Comportamentali. Le consultazioni, predisposte a cadenza annuale, prevedono l'utilizzo di questionari allo scopo di identificare i fabbisogni formativi e le prospettive occupazionali dei laureati del CdS.

Le proposte sulla rimodulazione dell'offerta formativa provenienti da docenti e studenti vengono raccolte tramite incontri formali, informali e questionari ad hoc. Gli esiti degli esami sono considerati come indicatori dell'efficacia del percorso formativo.

Inoltre, l'Ateneo ha predisposto un Tavolo di consultazione permanente con le rappresentanze del sistema produttivo e dei settori professionali, che permette di identificare le esigenze formative e professionali del territorio e rimodulare il programma del CdS di conseguenza (<https://pqa.unich.it/attivita-ava-2020/consultazione-delle-parti-sociali>).

In vista della programmazione per l'a.a. 2024/2025 si è proceduto all'annuale consultazione con il Comitato di indirizzo della sezione ECNE a cui il CdS fa riferimento. La riunione si è svolta in modalità mista in data 04.04.2023. Per il CdS ha partecipato il Presidente, prof. Davide Pietroni (in carica fino a ottobre. Dal 1° novembre ha assunto la carica il prof. Claudio Di Berardino), e ha preso parte alla riunione anche il Magnifico Rettore prof. Liborio Stuppia.

Tra quanto emerso, si sottolinea il giudizio positivo da parte dei dirigenti e degli imprenditori coinvolti nei confronti del percorso formativo previsto dalla Laurea Magistrale in Economia e Scienze Comportamentali. Il CdS è stato apprezzato in virtù del suo carattere innovativo e della rispondenza alle attuali esigenze del mercato.

Le riflessioni hanno toccato i temi dell'internazionalizzazione, del coinvolgimento delle piccole e medie imprese locali e dell'interdisciplinarietà che caratterizza il CdS. In particolare, le parti hanno apprezzato l'incremento nelle iscrizioni, l'ampiezza geografica dell'attrattiva della popolazione studentesca, il miglioramento della carriera accademica degli studenti e il gradimento degli insegnamenti.

A settembre sarà prevista una nuova riunione del Comitato di Indirizzo funzionale alla programmazione 2025/2026.

Inoltre, a partire da giugno 2021 si sono avviate delle rilevazioni al fine di indagare i livelli di gradimento e le eventuali criticità dell'offerta formativa. Gli incontri di presentazione del corso di laurea e di orientamento, sia collettivi che individuali in risposta a richieste di informazioni, hanno consentito di rilevare indicazioni sugli elementi che i potenziali candidati ritenevano più o meno attraenti rispetto alla proposta formativa.

Tale campione di osservazione è stato ampio in quanto il corso di laurea magistrale in Economia e Scienze Comportamentale è stato promosso attraverso diversi canali:

- il blog [www.economicomportamentale.it](http://www.economicomportamentale.it), gestito dagli studenti del dottorato in Business and Behavioral Sciences, che nel 2022 ha registrato 9000 nuovi utenti con 31433 pagine visitate, collocandosi tra le risorse più seguite in Italia dagli interessati alla disciplina;
- la pagina facebook di Economia Comportamentale e Neuroeconomia, [www.facebook.com/neuroeconomicomportamentale](http://www.facebook.com/neuroeconomicomportamentale) avente 2708 followers;
- la newsletter che al momento conta 1153 iscritti, dei quali il 46,7% ha espresso esplicito interesse per il corso di laurea magistrale;
- la pagina LinkedIn <https://www.linkedin.com/company/15815167/> avente 1.966 followers.

Queste multiple iniziative di comunicazione hanno consentito di canalizzare un centinaio di motivate richieste di informazioni finalizzate alla iscrizione in risposta alle quali si sono organizzate sessioni di orientamento e presentazione del corso.

Soprattutto grazie ai colloqui di orientamento individuali si ha avuto l'opportunità di sondare le motivazioni a sostegno e a freno dell'intenzione di iscriversi. Tra le prime sono emerse l'innovatività e le potenzialità sinergiche del percorso, tra le seconde il timore nell'affrontare un percorso interdisciplinare spesso non percepito come "naturale" proseguimento del percorso della laurea triennale.

Ulteriore opportunità di consultazione dei potenziali studenti è rappresentata dai focus group di fine corso organizzati nell'ambito delle ultime quattro edizioni sia del Master in Economia Comportamentale e Neuromarketing che del Corso di Perfezionamento in Economia e Gestione Aziendale erogati presso l'Università di Chieti-Pescara. A conclusione di questi percorsi, oltre a raccogliere le valutazioni sulla didattica, viene offerto un orientamento sugli sbocchi occupazionali e formativi affini. In occasione di questi incontri, anche grazie alla coerenza tra questi percorsi ed il CdS in Economia e Scienze Comportamentali, si è rilevato un elevato livello di interesse verso l'opportunità di approfondimento della disciplina con il coronamento di laurea magistrale.

Alla luce di quanto emerso dal confronto con le parti sociali si è confermata la aumentata attrattività del Corso di Studi a seguito del passaggio alla erogazione in lingua italiana. Inoltre tale scelta pare non aver compromesso la parallela aspirazione del CdS, caldeggiata anche dal Comitato di Indirizzo, a rivolgersi anche ad una platea internazionale capitalizzando l'ormai consolidata propensione del corpo docente a produrre e mettere a disposizione degli studenti stranieri materiale didattico e videolezioni in lingua inglese.

Link: <http://www.ecne.unich.it/ebsita/comitato-dindirizzo/> ( Composizione Comitato di Indirizzo )

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: verbale del Comitato di Indirizzo del Cds ESC



QUADRO A2.a

Profilo professionale e sbocchi occupazionali e professionali previsti per i laureati

### 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 strategica e 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 didecate 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.

### 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.

**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.

**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 formulazioni 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.



QUADRO A2.b

Il corso prepara alla professione di (codifiche ISTAT)

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



QUADRO A3.a

Conoscenze richieste per l'accesso

20/01/2022

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 modalità di verifica delle conoscenze della lingua inglese saranno definite nel Regolamento Didattico del Corso di Studio.

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:

- L-16 SCIENZE DELL'AMMINISTRAZIONE E DELL'ORGANIZZAZIONE
- L-18 SCIENZE DELL'ECONOMIA E DELLA GESTIONE AZIENDALE
- L-33 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.

Per gli studenti in possesso dei requisiti curriculari, il CdS procede alla verifica della personale preparazione. La modalità specifica di tale verifica sarà definita nel Regolamento Didattico del Corso di Studio.



QUADRO A3.b

Modalità di ammissione

28/03/2024

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 del Corso di Studio che esamina 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 di Ammissione valuta altresì il possesso dei requisiti curriculari nei casi non ricompresi nelle tipologie specificatamente ammesse.

Per gli studenti in possesso dei requisiti curriculari, la Commissione di Ammissione procede alla verifica della personale preparazione.

Tale verifica avviene tramite un colloquio valutativo condotto dalla Commissione di Ammissione e finalizzato a valutare:

- 1) il livello di motivazione e interesse
  - 2) le conoscenze e competenze nelle seguenti discipline: i) statistica generale; ii) economia politica/microeconomia; iii) economia aziendale/economia e gestione delle imprese.
- Specificamente sono valutate 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

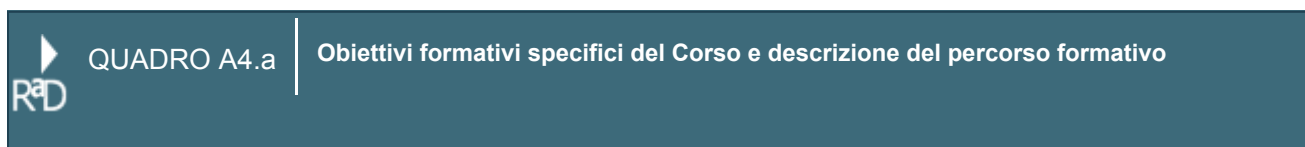
iii) Economia aziendale/Economia e gestione delle imprese

- 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

Non è necessaria alcuna ulteriore valutazione delle conoscenze e competenze di cui al punto 2) qualora i laureati di cui ai punti a), c), d) e) (riquadro A3.a) 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.

Per ogni candidato la Commissione di Ammissione esprime un giudizio di idoneità o non idoneità all'ammissione al Corso di Laurea Magistrale in Economia e Scienze Comportamentali.

Link: <http://>



20/01/2022

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 attrezzare il laureato a 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 (v. allegato per schede sintetiche degli insegnamenti):

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, Decisione 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 capacità di comprensione**

Al termine del corso il Laureato magistrale dovrà aver acquisito conoscenze e capacità comprensione relative al dominio delle scienze economiche e comportamentali. Sarà in grado di elaborare e applicare idee originali in un contesto ad alta complessità.

Nello specifico il Laureato:

- acquisirà familiarità con le questioni e i concetti più importanti dell'economia comportamentale, come la comprensione del comportamento governato dall'abitudine e le illusioni cognitive;
- imparerà i fondamenti della Finanza Comportamentale;
- acquisirà conoscenze specialistiche relative alla principale letteratura scientifica e sarà in grado di discutere i suoi principali contributi;
- apprenderà i fondamenti dell'Economia Comportamentale;
- acquisirà una conoscenza specialistica dei principali riferimenti scientifici relativi all'Economia Comportamentale e al Business;
- avrà familiarità con i meccanismi fondamentali alla base dei processi di influenza e persuasione;
- sarà in grado di riconoscere le componenti ambientali, sociali, comunicative e cognitive in grado di orientare il comportamento di individui e gruppi;
- sarà in grado di distinguere i processi di influenza volti a responsabilizzare gli obiettivi rispetto a quelli che creano dipendenza e perdita di potere;
- conoscerà le basi biologiche dei processi cognitivi ed affettivi con specifico riferimento alle decisioni organizzative e di consumo;
- conoscerà il substrato neurobiologico delle dinamiche relazionali in ambito commerciale e aziendale - conosce le principali metodologie di indagine neuroscientifica;
- comprenderà i principi fondamentali alla base dello studio del rapporto mente/cervello negli attori economici;
- sarà in grado di comprendere le conseguenze della decisione sia per i singoli individui che per la collettività;
- avrà acquisito familiarità con le questioni e i concetti più importanti dell'economia comportamentale e sperimentale, come ad esempio derivare il comportamento previsto dalla teoria classica dei giochi semplici;
- conoscerà gli aspetti tipici e atipici delle dinamiche intragruppo, con particolare riferimento al contesto organizzativo;

- conoscerà i principali processi psicosociali che regolano l'interdipendenza all'interno dei gruppi;
- conoscerà gli aspetti tipici e critici del comportamento organizzativo;
- avrà compreso i concetti teorici relativi all'innovazione, al cambiamento strutturale, all'imprenditorialità e alla crescita economica del sistema produttivo;
- comprenderà concetti teorici relativi al commercio e dei modelli organizzativi dell'economia internazionale;
- avrà conoscenza di base e comprensione delle 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;
- avrà una conoscenza dei fondamenti teorici della psicologia del linguaggio e della comunicazione.

Le conoscenze e le capacità di comprensione sopra descritte verranno acquisite attraverso le seguenti attività didattiche:  
lezioni frontali sugli insegnamenti caratterizzanti e affini, seminari, esercitazioni, simulazioni analogiche, progetti individuali e di gruppo.

L'acquisizione delle conoscenze e delle capacità di comprensione sopra descritte verrà verificata attraverso le seguenti modalità:  
esami scritti ed orali, relazioni, presentazioni in pubblico e prova finale.

**Capacità di applicare conoscenza e comprensione**

Il Laureato dovrà aver acquisito la capacità di applicare le metodologie delle scienze comportamentali ai problemi concreti che il mondo economico e produttivo pone. Dovrà essere in grado di risolvere problemi in ambiti non familiari, spesso inseriti in contesti più ampi.

Nello specifico il Laureato:

- sarà in grado di pianificare un intervento di nudging in diversi contesti, utilizzando diverse metodologie e sapendo come misurarne gli effetti sia diretti che prossimali e indiretti e distali;
- sarà in grado di applicare criticamente le soluzioni apprese per interpretare e progettare le attività di ricerca neuromarketing e 'neuro-organizzative';
- saprà comprendere gli strumenti insegnati in classe ed essere in grado di applicarli all'analisi delle situazioni del mondo reale;
- avrà acquisito la capacità di integrare le conoscenze e 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;
- avrà sviluppato la capacità di analizzare le prestazioni del sistema produttivo; individuare gli aspetti economici e sociali di un progresso tecnologico;
- saprà valutare e discutere le trasformazioni in atto nel sistema economico;
- saprà analizzare l'andamento degli scambi internazionali;
- saprà individuare gli aspetti economici delle politiche commerciali;
- saprà valutare e discutere le trasformazioni in atto nel sistema economico;
- svilupperà una serie di competenze relative alla conoscenza dei processi di comunicazione verbale e non verbale e di come questi processi sono influenzati dalle tecnologie emergenti;
- sarà in grado di progettare una semplice raccolta di dati basata sull'osservazione del comportamento umano in un contesto ecologico;

- sarà in grado di replicare un esperimento comportamentale riferito alle decisioni finanziarie;
- sarà in grado di progettare e condurre esperimenti comportamentali in ambienti di business;
- sarà in grado di utilizzare le diverse tecniche di osservazione apprese durante il corso e applicare le più appropriate nella pratica professionale;
- sarà in grado di valutare l'affidabilità e la validità dei dati raccolti attraverso l'osservazione e di effettuare un'analisi descrittiva dei dati raccolti;
- saprà spiegare termini e concetti statistici;
- saprà individuare i metodi adatti alla comprensione e alla previsione dei dati, con particolare attenzione al quadro sperimentale;
- saprà visualizzare i dati con strumenti specifici;
- sarà in grado di tradurre i risultati sperimentali in implicazioni normative per il business;
- saprà scrivere rapporti di analisi.

Le capacità di applicare conoscenza e comprensione sopra descritte verranno acquisite attraverso le seguenti attività didattiche:  
lezioni interattive sugli insegnamenti caratterizzanti e affini, attività seminariali, esercitazioni pratiche, simulazioni e sviluppo di progetti individuali e di gruppo.

Le capacità di applicare conoscenza e comprensione sopra descritte verranno verificate attraverso le seguenti modalità:  
esami scritti ed orali, esercitazioni, relazioni, presentazioni ad un pubblico accademico e aziendale, e prova finale.

## AREA ECONOMICA & MATEMATICO-STATISTICA

### Conoscenza e comprensione

Il laureato in Economia e Scienze Comportamentali avrà maturato:

- Conoscenze concettuali e analitiche delle discipline economiche, sia teoriche che riguardanti l'analisi applicata
- Le politiche economiche nazionali ed internazionali
- Il funzionamento dei sistemi economici e dei modelli organizzativi tra diverse economie
- Politiche di adozione di incentivi monetari e non monetari
- I diversi aspetti sottostanti la teoria delle decisioni: dalla certezza, all'ignoranza, al rischio
- Analisi dei processi di sviluppo economico in una prospettiva di lungo periodo e del funzionamento dei mercati del lavoro e della formazione
- Principali fattori della crescita economica, con particolare riferimento al progresso tecnologico e ai processi di innovazione
- Approccio comportamentale nelle decisioni di investimento, di consumo e nella generazione di idee da parte degli agenti economici e dei policy-makers
- Fondamenti dell'economia del benessere e delle relazioni tra crescita economica e qualità della vita
- Organizzazione delle risorse umane e dei processi di promozione dello sviluppo del capitale umano
- Fondamenti del metodo sperimentale in economia
- Metodi di analisi per l'innovazione e l'imprenditorialità

- Gestione dei tool digitali per testare e rivisionare ipotesi di imprenditorialità
- Strumenti base dell' analisi matematico-statistica
- Concetti di probabilità e di ragionamento statistico riguardo alle tecniche di statistica descrittiva e inferenziale
- Applicazioni in ambito economico, finanziario e aziendale secondo gli approcci delle scienze comportamentali
- Elementi di base e avanzati per l' utilizzo di software statistici.

### **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 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 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
- Capacità di predisporre un'analisi quali-quantitativa delle percezioni soggettive dei fenomeni economici
- Capacità di interpretare gli effetti della politica economica sul benessere delle persone
- Progettare e valutare interventi mirati al miglioramento del benessere economico e personale
- Applicare le teorie economiche e psicologiche per analizzare e influenzare politiche e pratiche che migliorano il benessere
- Capacità di utilizzare gli strumenti di base e avanzati dell' analisi matematico-statistico
- Capacità di risolvere problemi statistici in ambito decisionale
- Utilizzare strumenti statistici per l'analisi di dati sul benessere e la felicità
- Capacità di svolgere una indagine statistica per affrontare studi nel campo delle scienze comportamentali
- Capacità di visualizzare e trattare dati sensibili in ambito sperimentale

**Le conoscenze e capacità sono conseguite e verificate nelle seguenti attività formative:**

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

ANALISI STATISTICA DEI DATI [url](#)

ECONOMIA BIO-COMPORTAMENTALE [url](#)

ECONOMIA DEL CAPITALE UMANO E DELLO SVILUPPO [url](#)

IMPRESA E INNOVAZIONE [url](#)

## **AREA AZIENDALE & GIURIDICA**

### **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
- Analisi in materia di incentivazione monetaria e non monetaria nell'ambito delle organizzazioni
- I fondamenti dei processi di reclutamento, formazione e sviluppo del personale
- I fattori principali che potrebbero mettere a rischio l'attività aziendale
- I principi e le motivazioni alla base dei comportamenti d'impresa
- Principi fondamentali della finanza e delle teorie comportamentali che influenzano le decisioni economiche
- Metodologie quantitative e qualitative utilizzate nell'analisi finanziaria comportamentale
- Anomalie di mercato e i bias comportamentali frequentemente osservati negli investitori e nei mercati finanziari



- Il ruolo del marketing nell' impresa e nell' economia
- Protocolli sperimentali per comprendere comportamento del consumatore
- 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 norme e le istituzioni di diritto pubblico
- L' impatto delle tecniche di neuroimaging sul diritto
- Le 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 varie tipologie di imprese sia private che pubbliche per:

- Capacità di valutazione delle diverse alternative proposte dal sistema delle decisioni e delle informazioni
- Applicare le metodologie di analisi per ottenere una pianificazione strategica ottimale
- Capacità di analizzare il funzionamento dell' economia finanziaria, evidenziando le differenti dinamiche innescate dalle scelte razionali e irrazionali
- Progettare piani per la valorizzazione, motivazione ed incentivazione delle risorse umane
- Utilizzare tecniche di economia comportamentale per analizzare e migliorare le pratiche aziendali
- Implementare interventi comportamentali per ottimizzare le performance aziendali
- Condurre ricerche di mercato e analisi dei consumatori utilizzando approcci comportamentali
- Applicare le conoscenze teoriche per identificare e sfruttare opportunità di mercato anomale
- Utilizzare strumenti finanziari e tecniche quantitative per modellare comportamenti di mercato e valutare rischi e rendimenti
- Sviluppare strategie di trading e di investimento che tengano conto degli aspetti comportamentali
- 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
- Valutare criticamente come si svolge una decisione politica o amministrativa, individuando i loro principali personaggi, attori e strumenti legali e non legali
- Comprendere come il punto di vista giuridico sia rilevante e utile all'interno di un ambiente decisionale
- Capire come le intuizioni della psicologia cognitiva possano essere incorporate nell' analisi economica tradizionale del diritto costituendo il nuovo dominio del "diritto comportamentale".

**Le conoscenze e capacità sono conseguite e verificate nelle seguenti attività formative:**

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

DIRITTO E PROCESSI DECISIONALI NELLE POLITICHE PUBBLICHE [url](#)

FINANZA COMPORTAMENTALE [url](#)

MARKETING E RICERCHE DI MERCATO [url](#)

## **AREA SOCIO-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
- Teorie comportamentali e sociali che influenzano l'interazione umana
- 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
- I fondamenti anatomico-funzionali dei processi affettivi
- Le basi neurali della coscienza e della decisione
- I metodi di indagine comportamentale: tracking oculare, psicogalvanica, cinematica, lettura del volto
- 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 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

Principali teorie e dei sistemi etici nella storia del pensiero umano

Intersezioni tra etica, società, e problemi contemporanei come disuguaglianza, giustizia sociale e diritti umani

Applicazione dell'etica in vari ambiti sociali, inclusi business, politica, sanità e tecnologia

### **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 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
- Applicare le conoscenze acquisite per sviluppare soluzioni innovative ai problemi sociali
- Progettare e valutare interventi basati su evidenze scientifiche che influenzino positivamente i comportamenti individuali e collettivi.
- Utilizzare principi etici per analizzare e risolvere dilemmi morali in contesti complessi e multiculturali
- Condurre ricerche di mercato che integrino metodi neuroscientifici per una migliore comprensione dei comportamenti dei consumatori.
- Utilizzare tecniche di neuromarketing per ottimizzare la presentazione del prodotto e l'esperienza del cliente
- Utilizzare tecniche di valutazione psicologica per identificare tratti di personalità e livelli di motivazione
- Sviluppare interventi basati sulla motivazione per migliorare la performance e il benessere individuale
- Progettare e testare interventi basati su evidenze per promuovere comportamenti desiderati

- Utilizzare strumenti analitici per valutare l'efficacia delle tecniche di persuasione e di intervento comportamentale

**Le conoscenze e capacità sono conseguite e verificate nelle seguenti attività formative:**

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

ARCHITETTURA DELLA SCELTA, PERSUASIONE E NUDGING [url](#)

DINAMICHE DI GRUPPO E COMPORTAMENTO ORGANIZZATIVO [url](#)

ETICA SOCIALE [url](#)

METODI DI ANALISI COMPORTAMENTALE [url](#)

NEUROSCIENZE PER IL BUSINESS ED IL MARKETING [url](#)

PROGETTAZIONE E ANALISI SOCIO-COMPORTAMENTALE [url](#)

PSICOLOGIA DEL LINGUAGGIO E DELLA COMUNICAZIONE [url](#)

PSICOLOGIA DELLA MOTIVAZIONE E DELLA PERSONALITA' [url](#)



QUADRO A4.c

Autonomia di giudizio  
Abilità comunicative  
Capacità di apprendimento

<b>Autonomia di giudizio</b>	<p>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.</p>	
<b>Abilità comunicative</b>	<p>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.</p> <p>Nello specifico il Laureato:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- sarà in grado di presentare in modo chiaro ed articolato le attività di ricerca;</li><li>- sarà in grado di presentare in modo chiaro ed articolato l'apporto delle neuroscienze nel business;</li><li>- 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;</li><li>- 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;</li><li>- 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;</li><li>- saprà utilizzare correttamente la terminologia economica;</li></ul>	

	- saprà illustrare e discutere rigorosamente le relazioni matematiche alla base del modello studiato.	
<b>Capacità di apprendimento</b>	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 scientifico di tipo economico e psicologico, sia attraverso la progettazione, la realizzazione e l'interpretazione di interventi di ricerca-azione.	

 **QUADRO A4.d** | **Descrizione sintetica delle attività affini e integrative**

16/03/2022


Il corso di laurea magistrale in Economia e Scienze Comportamentali ha l'obiettivo di fornire conoscenze e competenze che rendano il laureato in grado di padroneggiare non solo le conoscenze e le tecniche in ambito economico-aziendale-statistico-giuridico, ma anche di valorizzare e implementare sinergicamente i contributi delle scienze cognitive, psicosociali, filosofiche e sociologiche.

Le attività affini ed integrative del corso sono coerenti con il percorso formativo e finalizzate all'acquisizione di conoscenze e abilità correlate al profilo professionale indentificato dal corso di studio. Mirano quindi a sviluppare una comprensione solida e applicativa dei processi di pensiero, di ragionamento e decisione, nonché del ruolo delle emozioni, delle motivazioni e delle dinamiche sociali nel guidare i comportamenti degli attori economici individuali e collettivi.

Più nel dettaglio, le attività formative affini e integrative includono insegnamenti finalizzati all'acquisizione di conoscenze teoriche e applicative in ambito sociologico, filosofico e di politiche pubbliche, utili all'analisi del contesto sociale, aziendale e organizzativo, alla valorizzazione del capitale umano, e alla promozione dell'innovazione e del cambiamento, sia per l'impresa che per l'individuo e la società.

Un ulteriore ambito di conoscenze e competenze riguarda gli aspetti metodologici che il corso di studi si propone di tramettere. Gli insegnamenti dedicati permettono di sviluppare protocolli di indagine e metodologie di ricerca all'avanguardia e di ampio respiro, avvalendosi di tecniche di indagini psicofisiologiche e comportamentali mutate dalla psicologia, dalle neuroscienze e dalle scienze cognitive in genere. Tali conoscenze e pratiche forniscono al laureato una solida base per comprendere ed esaminare il comportamento umano e conseguentemente implementare interventi efficaci, sia in ambito di marketing e comunicazione, che di promozione del benessere sociale e pubblico.

Complessivamente alle attività affini e integrative sono destinati un numero di crediti non inferiori a 12 CFU.

 **QUADRO A5.a** | **Caratteristiche della prova finale**

20/01/2022

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



28/03/2024

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 e la strumentazione metodologica e professionale appresa durante il percorso di studi.

La prova finale prevede l'attribuzione di 18 cfu e consiste nella redazione, presentazione e discussione, in sede pubblica davanti ad una commissione di docenti, di un elaborato scritto (tesi) costituito da un lavoro di natura compilativa, metodologica, sperimentale o applicativa sviluppato in forma originale sotto la guida di un relatore (normalmente un docente del corso di laurea che assumerà anche il ruolo di relatore durante la discussione) e la supervisione di almeno un correlatore (normalmente designato dal Presidente del Corso di Laurea).

La tesi è un lavoro organico e completo elaborato in modo originale dallo studente atto a dimostrare capacità di ricerca, elaborazione e sintesi. La tesi ha per oggetto un tema specifico attinente almeno uno degli insegnamenti/settori disciplinari previsti dal corso di Laurea Magistrale, a scelta dello studente e d'intesa con il relatore.

La tesi può essere scritta in lingua italiana o inglese, ovvero altra lingua previa comunicazione da parte del relatore al Presidente del Corso di Laurea Magistrale, che si riserva ogni valutazione in merito.

In ogni caso la tesi deve essere accompagnato da un'adeguata sintesi in lingua italiana.

Ulteriori dettagli sulla prova finale sono disponibili sull'apposita pagina del sito istituzionale.

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 da non meno di sette e non più di undici componenti compreso il Presidente.

Durante la sessione di laurea, il laureando presenta oralmente la propria tesi, solitamente corredandola di diapositive che illustrano gli aspetti fondamentali del lavoro. 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, espresso in centodecimi secondo le modalità di seguito descritte e previste dall'art. 9 del Regolamento Didattico del CdS.

Il voto finale di è espresso in centodecimi ed è costituito dalla somma delle tre 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.

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 tre 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.

Una volta attribuito il voto di laurea, la Commissione procede alla proclamazione in seduta pubblica.

Link: <https://www.disfipeq.unich.it/node/8582>



▶ QUADRO B1

Descrizione del percorso di formazione (Regolamento Didattico del Corso)

Link: <https://www.apc.unich.it/node/6960>

▶ QUADRO B2.a

Calendario del Corso di Studio e orario delle attività formative

<https://www.unich.it/node/17597>

▶ QUADRO B2.b

Calendario degli esami di profitto

<https://www.unich.it/node/17597>

▶ QUADRO B2.c

Calendario sessioni della Prova finale

<https://www.unich.it/node/17597>

▶ QUADRO B3

Docenti titolari di insegnamento

Sono garantiti i collegamenti informatici alle pagine del portale di ateneo dedicate a queste informazioni.

N.	Settori	Anno di corso	Insegnamento	Cognome Nome	Ruolo	Crediti	Ore	Docente di riferimento per corso
1.	SECS-S/01	Anno di corso 1	ANALISI STATISTICA DEI DATI <a href="#">link</a>	GATTONE STEFANO ANTONIO <a href="#">CV</a>	PO	6	48	
2.	M-PSI/05	Anno di	ARCHITETTURA DELLA SCELTA, PERSUASIONE E NUDGING <a href="#">link</a>	PIETRONI DAVIDE <a href="#">CV</a>	PA	6	48	

		corso 1						
3.	SECS- P/07	Anno di corso 1	BUSINESS PLAN, BUSINESS MODEL E OPEN INNOVATION <a href="#">link</a>	ONESTI GIANNI <a href="#">CV</a>	RD	6	48	
4.	SECS- P/01	Anno di corso 1	ECONOMIA BIO- COMPORAMENTALE <a href="#">link</a>	SACCO PIERLUIGI <a href="#">CV</a>	PO	9	72	
5.	SECS- P/07 SECS- P/06	Anno di corso 1	ECONOMIA COMPORAMENTALE E DELLA FELICITA' <a href="#">link</a>			18		
6.	SECS- P/07	Anno di corso 1	ECONOMIA COMPORAMENTALE PER LE AZIENDE ( <i>modulo di ECONOMIA COMPORAMENTALE E DELLA FELICITA'</i> ) <a href="#">link</a>	PALUMBO RICCARDO <a href="#">CV</a>	PO	9	72	
7.	SECS- P/06	Anno di corso 1	ECONOMIA DELLA FELICITA' ( <i>modulo di ECONOMIA COMPORAMENTALE E DELLA FELICITA'</i> ) <a href="#">link</a>	DI BERARDINO CLAUDIO <a href="#">CV</a>	PA	9	72	
8.	M- FIL/03	Anno di corso 1	ETICA SOCIALE <a href="#">link</a>	TOLONE ORESTE <a href="#">CV</a>	PA	6	48	
9.	SECS- P/11	Anno di corso 1	FINANZA COMPORAMENTALE <a href="#">link</a>	SPALLONE MARCO <a href="#">CV</a>	PO	9	72	
10.	NN	Anno di corso 1	INSEGNAMENTO A SCELTA DELLO STUDENTE <a href="#">link</a>			6		
11.	SECS- P/08	Anno di corso 1	MARKETING E RICERCHE DI MERCATO <a href="#">link</a>			9	72	
12.	M- PSI/01	Anno di corso 1	PSICOLOGIA DELLA MOTIVAZIONE E DELLA PERSONALITA' <a href="#">link</a>	DI CROSTA ADOLFO <a href="#">CV</a>	RD	6	16	
13.	M- PSI/01	Anno di corso 1	PSICOLOGIA DELLA MOTIVAZIONE E DELLA PERSONALITA' <a href="#">link</a>	LA MALVA PASQUALE <a href="#">CV</a>	RD	6	32	



14.	IUS/10	Anno di corso 2	DIRITTO E PROCESSI DECISIONALI NELLE POLITICHE PUBBLICHE <a href="#">link</a>	6	48
15.	SECS-P/06	Anno di corso 2	ECONOMIA DEL CAPITALE UMANO E DELLO SVILUPPO <a href="#">link</a>	6	48
16.	SECS-P/01	Anno di corso 2	ECONOMIA SPERIMENTALE <a href="#">link</a>	6	48
17.	SECS-P/01	Anno di corso 2	IMPRESA E INNOVAZIONE <a href="#">link</a>	6	48
18.	NN	Anno di corso 2	INSEGNAMENTO A SCELTA II ANNO <a href="#">link</a>	6	48
19.	M-PSI/04	Anno di corso 2	METODI DI ANALISI COMPORTAMENTALE <a href="#">link</a>	6	48
20.	M-PSI/02	Anno di corso 2	NEUROSCIENZE PER IL BUSINESS ED IL MARKETING <a href="#">link</a>	6	48
21.	SPS/12	Anno di corso 2	PROGETTAZIONE E ANALISI SOCIO-COMPORTAMENTALE <a href="#">link</a>	6	48
22.	NN	Anno di corso 2	PROVA FINALE <a href="#">link</a>	18	
23.	M-PSI/01	Anno di corso 2	PSICOLOGIA DEL LINGUAGGIO E DELLA COMUNICAZIONE <a href="#">link</a>	6	48
24.	NN	Anno di corso 2	TIROCINI FORMATIVI ED ORIENTAMENTO <a href="#">link</a>	6	
25.	NN	Anno di	ULTERIORI COMPETENZE LINGUISTICHE <a href="#">link</a>	6	48

▶ QUADRO B4 | Aule

Link inserito: <http://www3.unich.it/aule> Altro link inserito: <http://>

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Specifica delle Aule

▶ QUADRO B4 | Laboratori e Aule Informatiche

Link inserito: <http://www.unich.it/aule> Altro link inserito: <https://www.unich.it/didattica/area-studenti/aule/auleinformatiche>

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Specifica delle Aule

▶ QUADRO B4 | Sale Studio

Descrizione link: Il CdS si serve delle sale di studio disponibili nel polo didattico di Pescara

Link inserito: <https://polouda.sebina.it/SebinaOpacChieti/.do?pb=UDAPE> Altro link inserito: <http://>

▶ QUADRO B4 | Biblioteche

Link inserito: <https://polouda.sebina.it> Altro link inserito: <http://>

▶ QUADRO B5 | Orientamento in ingresso

Le attività di orientamento in ingresso per il Corso di Laurea Magistrale in Economia e Scienze Comportamentali sono coordinate dal Prof. Claudio Di Bernardino.

Tra le attività si annoverano:

- la predisposizione di una brochure contenente informazioni relative al CdS;

27/03/2024

- l' allestimento all' interno del polo didattico di Pescara di un desk informativo durante i mesi di luglio, agosto e settembre;
  - l'organizzazione di incontri dimostrativi di alcune attività didattiche del CdS (laboratorio di orientamento 'Get into Behavioral Economics' e seminari sugli "Economics Games" in occasione degli Open Day)
  - la pubblicazione sul blog 'economiacomportamentale.it' di articoli sulla professione dell'economista comportamentale' che mettono in risalto l'opportunità formativa rappresentata dal CdS
  - la promozione attraverso una newsletter di 'economia comportamentale'
- Tutte le iniziative di orientamento in ingresso vengono pubblicizzate in un'apposita pagina internet nella parte del sito del Dipartimento dedicata al CdS.

Il CdS beneficia inoltre delle attività organizzate dal servizio di Ateneo per l'orientamento.

Tale attività si avvale della consulenza di un Comitato di Orientamento di Ateneo, costituito da docenti referenti dei vari Corsi di Studio. L' attività si basa anche sull'organizzazione di 'open day' volti a far conoscere agli interessati le strutture didattiche e l'offerta formativa del Corso di Studi. Tali incontri sono tenuti a cura dei suddetti docenti e prevedono la illustrazione dei percorsi formativi attivati all' interno delle Aree Disciplinari presenti presso l'Ateneo. Le attività organizzate a livello centrale sono rese pubbliche nella pagina internet di ateneo dedicata.

Il monitoraggio dell'efficacia delle iniziative di orientamento viene effettuato tramite l'analisi di diversi indicatori, tra cui, a titolo esemplificativo ma non esaustivo per quanto riguarda l'anno 2023:

- numero dei partecipanti fruitori online del ciclo di webinar di presentazione del Corso di Studi: 1.932 visualizzazioni su YouTube
- numero dei fruitori del blog di 'economiacomportamentale.it' i cui articoli e temi promuovono il CdS: 9.101 utenti con 32.540 pagine visitate
- visualizzazioni annuale degli articoli sul blog 'economiacomportamentale.it' che promuovono il CdS: 2.016 (in particolare uno di questi articoli è stato selezionato da Google per apparire tra i risultati suggeriti per primi sul motore di ricerca – Snippet in primo piano – con le query di ricerca “Studiare Economia Comportamentale”, “Dove studiare Economia Comportamentale” e “Studiare Economia Comportamentale in Italia”)
- numero di iscritti alla newsletter del CdS: 1.153 iscritti
- numero di followers delle pagine social del 'Laboratorio di Economia Comportamentale' che promuove il CdS: 2.708 followers su FaceBook, 1.240 followers su Instagram, 1.966 followers su LinkedIn.

Descrizione link: Pagina internet dell'Orientamento di Ateneo

Link inserito: <https://orientamento.unich.it>



QUADRO B5

Orientamento e tutorato in itinere

04/05/2024

Le attività di orientamento e tutorato in itinere per il CdS sono coordinate dal Prof. Claudio Di Bernardino, che svolge anche funzione di docente tutor di orientamento, coauditato dal prof. Gianni Onesti.

Il CdS ha attivato un'account email (ebs@unich.it) in cui gli studenti possano segnalare eventuali difficoltà che stanno riscontrando durante il loro percorso.

Il CdS inoltre adotta una iniziativa di tutoraggio in itinere basata sulla segnalazione da parte dei rappresentanti degli studenti attraverso un canale di comunicazione costante sulle eventuali difficoltà riscontrate durante lo svolgimento dei corsi. Ogni segnalazione è prontamente presa in carico dalla prof.ssa Marika Berchicci (delegata del CdS in seno alla Commissione Paritetica) e dal prof. Claudio Di Bernardino che propongono, qualora necessario, misure a supporto dell'apprendimento anche intraprendendo azioni di riconfigurazione della calendarizzazione della erogazione degli insegnamenti al fine di migliorare la fruibilità e le propedeuticità.

L'orientamento e il tutorato in itinere sono inoltre assicurate dalla costante presenza in sede dei docenti del Corso di Studio durante i loro orari di ricevimento. Tale attività viene espletata in relazione alle diverse situazioni e problematiche individuali sia ai fini del sostegno didattico da riferirsi alle diverse materie di insegnamento, sia ai fini della stesura delle tesi di laurea.

Il Prof. Claudio Di Berardino di concerto con i componenti del GAQ provvede alla predisposizione e all'invio di un breve questionario, così da sondare l'opinione studentesca su diversi aspetti organizzativi/didattici del CdS. In allegato, si riportano i risultati dell'indagine condotta nel mese di aprile 2024. La prima parte è destinata agli studenti della Coorte 2022.2023, che alla data suddetta data, sono in procinto di concludere il secondo anno. La seconda parte è invece rivolta agli studenti della Coorte 2023.2024 che, alla suddetta data, si trovano in procinto di concludere il ciclo formativo del primo anno.

Le opinioni raccolte confermano in generale l'alto gradimento del corso di studi. Per entrambe le coorti, la percentuale di coloro soddisfatti del corso di studi in generale supera il 90%, e nel caso della coorte 2023.24 la quota di coloro 'molto soddisfatti' tocca il 65% dei rispondenti. Anche nelle altre aree si registrano valutazioni molto positive, come ad esempio la disponibilità dei docenti, l'aggiornamento dei contenuti e gli orari di ricevimento (si veda l'allegato pdf).

Una criticità rilevata riguarda la calendarizzazione degli esami, che alcuni studenti hanno trovato un po' stringente, non favorente il sostenimento di più esami nella stessa sessione. Il Cds ha già provveduto in una seduta del Consiglio ad approvare una nuova programmazione degli appelli, più in linea con quanto espresso dagli studenti.

Inoltre, è organizzato per fine giugno 2024 un'attività di Team Building.

il team building per gli studenti di laurea magistrale mira a sviluppare competenze trasversali che sono cruciali non solo per il successo accademico, ma anche per la preparazione a una carriera professionale.

Link inserito: <http://>

Pdf inserito: [visualizza](#)



QUADRO B5

Assistenza per lo svolgimento di periodi di formazione all'esterno (tirocini e stage)

Le attività di assistenza per lo svolgimento dei periodi di formazione all'esterno per il CdS sono coordinate dal prof. <sup>27/03/2024</sup> Claudio Di Berardino, in qualità di tutor per il tirocinio, coadiuvato dalla segreteria didattica del CdS.

Informazioni e dettagli sulle modalità di svolgimento del tirocinio sono pubblicate nell'apposita pagina del sito istituzionale del CdS.

Il CdS ha predisposto un modulo per la rilevazione dell'opinione di enti e imprese ospitanti.

Ad oggi, due sono le convenzioni attivate e 2 i progetti formativi attivati. E' in procinto a breve l'attivazione di un nuovo progetto formativo. Si ricorda che tale opportunità è facoltativa e alternativa rispetto all'insegnamento di approfondimento delle competenze linguistiche in inglese o in italiano (per gli studenti stranieri).

Link inserito: <https://www.disfipeq.unich.it/node/8583>



QUADRO B5

Assistenza e accordi per la mobilità internazionale degli studenti



*In questo campo devono essere inserite tutte le convenzioni per la mobilità internazionale degli studenti attivate con Atenei stranieri, con l'eccezione delle convenzioni che regolamentano la struttura di corsi interateneo; queste ultime devono invece essere inserite nel campo apposito "Corsi interateneo".*

*Per ciascun Ateneo straniero convenzionato, occorre inserire la convenzione che regola, fra le altre cose, la mobilità degli studenti, e indicare se per gli studenti che seguono il relativo percorso di mobilità sia previsto il rilascio di un titolo doppio o multiplo. In caso non sia previsto il rilascio di un titolo doppio o multiplo con l'Ateneo straniero (per esempio, nel caso di convenzioni per la mobilità Erasmus) come titolo occorre indicare "Solo italiano" per segnalare che gli studenti che seguono il percorso di mobilità conseguiranno solo il normale titolo rilasciato dall'ateneo di origine.*

Le attività di mobilità internazionale per il CdS sono coordinate dalla Prof.ssa Stefania Fensore che opera a stretto contatto con gli uffici preposti di Ateneo (<https://www.unich.it/didattica/international-partnership-and-cooperation-office>) avvalendosi principalmente del progetto 'Erasmus' (<https://www.unich.it/didattica/erasmus>).

Le principali attività sono le seguenti:

- continua opera di sensibilizzazione degli studenti verso le tematiche dell'internazionalizzazione;
- sensibilizzazione alle tematiche dell'accoglienza degli studenti incoming;
- continui inviti ai docenti ad adoperarsi per instaurare, attraverso la propria rete di conoscenze, rapporti convenzionali di scambio con università straniere presso le quali esista un sistema di crediti facilmente riconducibile al sistema ECTS.

Nel corso del 2023 il CdS ha arricchito le opportunità di mobilità studentesca. Attraverso gli agreement diretti e dipartimentali il CdS offre agli studenti le seguenti sedi convenzionate:

JURAJ DOBRILA UNIVERSITY OF PULA (Croazia)  
RUHR-UNIVERSITAT BOCHUM (Germania)  
FACHHOCHSCHULE WUERZBURG-SCHWEINFURT (Germania)  
UNIVERSITY FOR BUSINESS AND TECHNOLOGY PRISHTINA (Kosovo)  
UNIVERSITY OF MONTENEGRO (Montenegro)  
UNIVERSITY OF BUCHAREST (Romania)  
UNIVERSITATEA DIN ORADEA (Romania)  
UNIVERSIDAD DE LAS PALMAS DE GRAN CANARIA (Spagna)  
UNIVERSIDAD DE LEÓN (Spagna)  
UNIVERSIDAD CARLOS III DE MADRID (Spagna)  
UNIVERSITAT DE VALENCIA (Spagna)

Nel corso dell'anno accademico 2022.2023 due studenti hanno partecipato al Programma Erasmus con soggiorni all'estero presso le Università convenzionate per 6 mesi (sostenendo diversi esami nelle sedi ospitanti). Inoltre, si segnalano altre iniziative di collaborazioni messe in campo dal CdS con partner internazionali. Una studentessa sta svolgendo un periodo di ricerca presso l'University of Galway (Irlanda) (dal 11 marzo al 11 giugno) e lavorerà su attività di supporto alla ricerca sui temi del digital business con una particolare attenzione al tema della digital sustainability. Un altro studente è ospite presso la Jagiellonian University (Polonia) Institute of Psychology (febbraio a maggio 2024). Lavorerà a stretto contatto con diversi docenti sullo sviluppo e implementazione di metodologie di ricerca e sulle abilità di scrittura di paper scientifici. Infine, due studenti del secondo anno del Cds hanno superato la selezione e risultati vincitori del bando per la selezione di 8 studenti/dottorandi iscritti ai corsi di laurea magistrale/dottorato per la realizzazione di una mobilità internazionale breve presso l'Università di Creta (Grecia)

La mobilità si è tenuta dal 04/02/2024 al 10/02/2024 e ha avuto come oggetto la partecipazione alle attività organizzate nell'ambito dei Days of INGENIUM. Queste attività includono seminari, lezioni e una science factory incentrata sullo sviluppo sostenibile e sull'enterpriseurship legato alle risorse locali

Link inserito: <http://>

n.	Nazione	Ateneo in convenzione	Codice EACEA	Data convenzione	Titolo
1	Montenegro	University of Montenegro - Faculty of Tourism and Hotel Management		15/11/2021	solo italiano



QUADRO B5

Accompagnamento al lavoro

05/05/2024

Le attività di orientamento in uscita del CdS sono coordinate dal Prof. Claudio Di Bernardino. Le attività di accompagnamento al lavoro per il CdS saranno il risultato della sinergia tra le attività per i tirocini e gli stage, le attività per l'orientamento in itinere e il servizio di Placement di Ateneo.

Oltre alle iniziative per tirocini e stage che rivestono un'importanza strategica per l'accompagnamento al lavoro, il CdS punta sulla organizzazione di attività seminariali da parte di interlocutori esterni. Come anticipato in un precedente punto, il Cds ha organizzato una serie di incontri seminariali con manager ed esperti nel campo delle risorse umane in collaborazione con AIDP Abruzzo e Molise. Si tratta di sei incontri settimanali che accompagneranno gli studenti all'incontro finale del Career Day previsto a maggio 2024 e che vedrà la partecipazione di diverse realtà imprenditoriali del territorio abruzzese, nazionale e internazionale.

I relatori e i temi trattati sono stati:

- L. La Verghetta, 'Skills for employability, web reputation and personal branding'
- F. Zulli, 'Il mercato del lavoro e i canali di successo'
- A. Scandale, 'Intelligenza emotiva'
- M. Mastrangelo e R. Sgroi, 'Il colloquio: il bilancio delle competenze e prova pratica'
- S. Perseo, 'Business innovation design'
- V. Rossi, 'Il lavoro di oggi e il lavoro del futuro'.

Il Presidente, ha provveduto a stilare un questionario per monitorare l'opinione degli studenti sulle attività organizzate. I risultati sono presentati nel dettaglio in allegato. Le attività hanno registrato un alto gradimento, con il 78% dei rispondenti che ha valutato soddisfacente la qualità dei seminari. Così come stesse percentuali per coloro che hanno ritenuto utili i contenuti presentati; oltre l'80% ha trovato competenti i professionisti ed esperti invitati. Tra i suggerimenti, è stato chiesto di organizzare attività seminariali in azienda in modo da poter interagire con i vari operatori aziendali (allegato).

Il CdS promuoverà inoltre le attività del servizio di Placement di Ateneo che è gestito dalla Divisione Orientamento Studi e Lavoro di Ateneo.

L'Ateneo ha attivato una vera e propria struttura di placement volta all'incremento della occupazione ed occupabilità dei propri iscritti mediante la sperimentazione di percorsi assistiti di accompagnamento al lavoro.

L'Ateneo ha implementato a tal fine la piattaforma telematica S.T.A.R.T. (Stage, Tirocini, Alta formazione, Ricerca, Territorio e Placement) con l'obiettivo di consolidare una rete attiva di rapporti fra Università, imprese e sistemi della ricerca, per lo sviluppo di un processo virtuoso di relazioni e di servizi orientato sia a facilitare la 'comunicazione' tra i bisogni delle imprese, i processi di inserimento lavorativo e le ricadute sui piani di istruzione, sia a dare consistenza e continuità alla fase di transizione al lavoro di risorse qualificate della conoscenza che consentano al sistema economico/produttivo di sostenere il confronto con le continue sfide del mercato. In particolare per l'accompagnamento al lavoro è attiva la piattaforma informatica JOB, che è abbinata al suddetto programma di orientamento post lauream S.T.A.R.T. ed è lo strumento utilizzato dal Servizio di Placement di Ateneo per svolgere attività di intermediazione.

In collaborazione con il Comitato di Indirizzo, il CdS sta pianificando la organizzazione di una piattaforma web, a cui accedere attraverso credenziali, in cui gli studenti potranno mettere a disposizione delle aziende accreditate i propri curricula unitamente a brevi video di autopresentazione.

Link inserito: <http://>

Pdf inserito: [visualizza](#)



QUADRO B5

Eventuali altre iniziative

06/05/2024

L'Ateneo promuove l'occupabilità e l'occupazione dei propri laureandi e laureati attraverso la attivazione di una efficace rete di relazioni tra Università, Imprese e sistema della Ricerca volta a sviluppare e consolidare un sistema virtuoso di relazioni e di servizi, orientato sia a facilitare la 'comunicazione' tra i bisogni delle imprese, i processi di inserimento lavorativo e le ricadute sui piani di istruzione, sia a dare consistenza e continuità alla fase di transizione al lavoro di risorse della conoscenza. Per tale motivo offre l'opportunità di realizzare l'alternanza tra studio e lavoro al fine di agevolare le scelte professionali mediante la conoscenza diretta del mondo lavorativo. Gli iscritti al Corso di Studio possono intraprendere attività di tirocinio presso enti convenzionati con l'Ateneo per scopi formativi coerenti con il percorso formativo. L'assistenza ed il tutorato per tirocini e stage sono assicurati dalla disponibilità di docenti del Corso di Studio medesimo.

Gli studenti che hanno optato per il tirocinio in questo anno accademico sono stati 2. Dalle schede di valutazione emerge un buon risultato e un alto gradimento da parte di entrambi le parti. Per quanto riguarda la valutazione dell'esperienza in azienda da parte dello studente è stata ottima sia con riferimento alla disponibilità del tutor aziendale, alla capacità nella definizione di compiti e delle attività, al coinvolgimento e all'interesse e curiosità nelle attività svolte. In generale, il grado di giudizio è stato molto soddisfacente. Per quanto riguarda i feedback da parte del tutor aziendale, si ha modo di evidenziare un elevato grado di soddisfazione sull'esperienza del tirocinio, il grado di interazione con lo stagista è stato ottimo e la formazione iniziale dello stagista si è dimostrata adeguata alle esigenze dell'azienda (in allegato le schede di valutazione)

Link inserito: <http://>

Pdf inserito: [visualizza](#)



QUADRO B6

Opinioni studenti

12/09/2024

La 'Rilevazione sulle opinioni degli studenti' riguarda i dati raccolti attraverso i questionari di valutazione elaborati dal PQA di Ateneo. Il sondaggio indaga, per ciascun insegnamento sostenuto dagli studenti, le seguenti aree:

- interesse degli argomenti trattati
- adeguatezza delle conoscenze pregresse
- adeguatezza del carico di studio in relazione al numero di crediti assegnati
- adeguatezza del materiale didattico
- coerenza dell'insegnamento svolto con quanto indicato nel syllabus
- rispetto degli orari delle attività didattiche
- chiarezza delle modalità di espletamento delle prove d'esame
- soddisfazione nei confronti del docente: motivazione, chiarezza espositiva e disponibilità a fornire chiarimenti (3 domande).

L'ultima rilevazione resa disponibile dal Presidio della Qualità di Ateneo (PQA) attraverso un report complessivo sulle opinioni degli studenti si riferisce alla coorte 2023/2024 (studenti del primo anno del Corso di Laurea in Economia e Scienze Comportamentali) e quelli della coorte 2022/2023 (secondo anno). Il report offre una sintesi delle schede di

valutazione ricevute, coprendo 12 delle 14 attività formative, con un tasso di copertura dell'85,71%.

Per quanto riguarda gli studenti frequentanti, sono state raccolte 157 schede. I dati evidenziano un risultato molto positivo: il punteggio medio complessivo è pari a 3,74 su una scala da 1 a 4. Dall'analisi delle singole domande non emergono aree di criticità, con punteggi che risultano sempre superiori o uguali a 3,5. Analizzando i tre principali macroindicatori, il Corso di Studi (CdS) mostra valutazioni sistematicamente superiori alla media dei corsi della stessa Area e alla media di Ateneo. Ad esempio, l'efficacia didattica è valutata con un punteggio di 3,82, a fronte di una media di 3,53 per l'area Sociale e di 3,47 per l'intero Ateneo. Anche riguardo agli aspetti logistico-organizzativi e alla soddisfazione complessiva, il CdS mostra un netto vantaggio.

Un'analisi più dettagliata delle singole domande conferma che il giudizio di gradimento degli studenti è sempre superiore rispetto alla media di Ateneo e agli altri corsi dell'area Sociale (si veda la documentazione grafica allegata). In particolare, spiccano i risultati ottenuti dal CdS in relazione alla disponibilità del corpo docente nel fornire chiarimenti sugli argomenti trattati (media di 3,90), alla capacità di esporre in modo adeguato la complessità delle materie (media di 3,80) e al rispetto degli orari delle lezioni, delle esercitazioni e delle altre attività didattiche (media di 3,83).

Per quanto riguarda gli studenti non frequentanti, le schede di valutazione ricevute sono nettamente inferiori, pari a 3,3. Tuttavia, il CdS ottiene comunque una valutazione complessiva superiore rispetto sia all'area Sociale che alla media di Ateneo. In questo contesto, emergono però alcune criticità: in particolare, una maggiore difficoltà nella comprensione degli argomenti a causa di conoscenze preliminari ritenute non sempre sufficienti, oltre a una percezione del carico di studio come non proporzionato ai crediti assegnati.

I risultati leggermente inferiori forniti dalle valutazioni degli studenti non frequentanti, rispetto a quelli dei frequentanti, potrebbero riflettere le specificità legate alla modalità di studio e le opportunità di interazione diretta in aula. Questi dati confermano ulteriormente la qualità del corso, l'efficacia del corpo docente e il valore del rapporto che si instaura tra studenti e docenti durante le lezioni in presenza, elementi che contribuiscono in modo significativo a un'esperienza formativa più completa e soddisfacente.

I risultati qui descritti saranno oggetto di analisi e discussione nel primo Consiglio di CdS utile.

Docenti e studenti possono sempre effettuare osservazioni ed eventuali proposte di miglioramento periodicamente nel corso dell'anno, sia nell'ambito dei Consigli di Corso di Studio, sia rivolgendosi ai rappresentanti del CdS. Sul sito web del CdS sono fornite informazioni chiare ed accessibili sui referenti.

A tal riguardo, come viene riportato nel Quadro B5 della suddetta SUA, il Cds svolge attività di monitoraggio in itinere per tutti gli aspetti incentrati sull'organizzazione didattica. Come da schede allegata al Quadro B5 le opinioni raccolte confermano in generale l'alto gradimento del Cds, in linea con le schede prima discusse. Come altresì espresso dalle schede emerge una importante criticità. Nello specifico, gli studenti hanno lamentato una mancanza di adeguate e sufficienti finestre di silenzio didattico in cui svolgere gli esami, con conseguenti difficoltà nell'organizzazione dello studio. Gli stessi studenti chiedono dunque di aumentare il numero degli appelli di ciascun corso all'interno delle sessioni già esistenti o la creazione di nuove sessioni per inserire più appelli. Questi aspetti sono stati discussi insieme al Rappresentante degli studenti del Cds in sede di Commissione Paritetica studenti-docenti, nella seduta del 10 maggio 2024. Il Consiglio di Cds si è già mosso in tale direzione ed in una successiva seduta del Consiglio è stata approvata una nuova programmazione degli appelli, più in linea con quanto espresso dagli studenti (considerazioni analoghe si possono trovare nel Quadro B5).

E' possibile inviare segnalazioni e suggerimenti anche tramite la procedura di Ateneo: <https://www.unich.it/parla-con-noi>

Link inserito: <https://opinionistudenti-mypage.unich.it>

Pdf inserito: [visualizza](#)









## ▶ QUADRO C1

## Dati di ingresso, di percorso e di uscita

09/09/2024

### DATI DI INGRESSO

I dati raccolti e analizzati dal Presidio di Qualità dell'Ateneo (PQA) indicano che, per l'anno accademico 2023/2024, il numero di immatricolati al Corso di Laurea in Economia e Scienze Comportamentali ammonta a 25 unità. Questo rappresenta un incremento del 19% rispetto all'anno precedente. Si segnala inoltre che, nello scorso anno accademico, è stato adottato un nuovo ordinamento che ha comportato una modifica del nome del CdS e della lingua di erogazione degli insegnamenti. Nel complesso, si è registrato un incremento del 78% nel numero di immatricolati, passando dai 14 studenti della precedente coorte ai 25 attuali. Attualmente, il CdS conta 45 iscritti in corso, di cui 43 regolari, pari al 95% del totale.

Il 28% degli immatricolati risiede fuori regione, un dato tra i più alti rispetto ad altri corsi della stessa classe LM56, evidenziando il potenziale attrattivo del CdS. Per quanto riguarda gli immatricolati residenti nella regione, il 48% proviene da comuni o province differenti rispetto alla sede dell'università. Questi dati suggeriscono l'efficacia delle strategie di promozione, orientamento e informazione attuate, che hanno portato a una maggiore consapevolezza dell'esistenza del CdS sia a livello regionale che nazionale.

Come prevedibile, il passaggio dall'inglese all'italiano come lingua di insegnamento ha ridotto a zero il tasso di iscrizioni dall'estero (in precedenza pari al 14%). Tuttavia, nonostante l'assenza di immatricolati internazionali, il numero totale di iscritti è significativamente aumentato, rendendo il bilancio complessivamente positivo.

Per quanto riguarda altri dati demografici, emerge una prevalenza di studenti con un voto di diploma inferiore a 80/100, corrispondente a 17 immatricolati, pari al 65% del totale. Il 31% degli immatricolati proviene da licei, mentre il 42% da istituti tecnici e professionali.

### DATI DI PERCORSO

Nel CdS del precedente ordinamento (in lingua italiana), la media degli esami superati per studente è aumentata da 5,57 nel 2022 a 5,89 nel 2023, un risultato superiore anche rispetto ad alcuni corsi della stessa classe LM56. Tuttavia, la percentuale di crediti acquisiti sul totale dei crediti dovuti è leggermente diminuita, passando dal 71,2% al 64,8%, pur mantenendo un risultato positivo.

L'analisi della coorte 2022/2023, relativa agli iscritti al primo anno e alla prosecuzione al secondo anno, evidenzia un quadro molto positivo. La percentuale di studenti che hanno proseguito il corso al secondo anno è del 95%, con il 75% di questi che ha acquisito più di 40 CFU, uno dei tassi più alti all'interno della classe LM56. Solo il 15% degli iscritti ha acquisito meno di 20 CFU e il 10% non ha conseguito crediti formativi. Complessivamente, la percentuale di CFU acquisiti rispetto a quelli previsti si attesta al 76,75%.

### DATI DI USCITA

Nel 2023, il CdS del precedente ordinamento (Economics and Behavioral Sciences) ha visto la laurea di 4 nuovi studenti, 3 dei quali hanno conseguito il massimo dei voti (110 e lode).

I dati relativi a immatricolazioni, percorso e uscite saranno oggetto di discussione nel prossimo Consiglio del Corso di Studio.

Link inserito: <https://pqa.unich.it/dati-statistici>

Non disponibile.

03/08/2023

Link inserito: <http://>

Al momento due studentesse hanno completato il percorso di tirocinio con esiti ampiamente soddisfacenti sia per il tirocinante che per l'azienda ospitante in questo anno accademico. 12/09/2024

Gli studenti che hanno optato per il tirocinio in questo anno accademico sono stati 2. Dalle schede di valutazione emerge un buon risultato e un alto gradimento da parte di entrambi le parti. Per quanto riguarda la valutazione dell'esperienza in azienda da parte dello studente è stata ottima sia con riferimento alla disponibilità del tutor aziendale, alla capacità nella definizione di compiti e delle attività, al coinvolgimento e all'interesse e curiosità nelle attività svolte. In generale, il grado di giudizio è stato molto soddisfacente. Per quanto riguarda i feedback da parte del tutor aziendale, si ha modo di evidenziare un elevato grado di soddisfazione sull'esperienza del tirocinio, il grado di interazione con lo stagista è stato ottimo e la formazione iniziale dello stagista si è dimostrata adeguata alle esigenze dell'azienda (in allegato le schede di valutazione).

il Corso di Laurea è impegnato nella pianificazione di azioni volte al miglioramento continuo e sostenibile dei tirocini formativi. In particolare, si sta lavorando per intensificare i rapporti con le imprese del settore al fine di ampliare la rete di collaborazioni, riducendo così le distanze tra mondo universitario e mondo aziendale.

L'obiettivo è quello di garantire percorsi di tirocinio che siano sempre più in linea con le esigenze delle aziende e allo stesso tempo forniscono agli studenti una formazione pratica di alto livello. Tra le azioni in corso di valutazione vi è l'organizzazione di workshop e incontri periodici con le aziende per monitorare l'andamento dei tirocini e identificare aree di miglioramento, nonché la creazione di un database di aziende convenzionate con il CdS per offrire maggiori opportunità agli studenti.

Questi aspetti saranno oggetto di discussione al prossimo Consiglio di Laurea utile, che sarà presumibilmente organizzato per i primi di ottobre.

Link inserito: <http://>

Pdf inserito: [visualizza](#)



## ▶ QUADRO D1

### Struttura organizzativa e responsabilità a livello di Ateneo

28/03/2024

Link inserito: <https://pqa.unich.it/pqa/struttura-organizzativa-e-responsabilita-livello-di-ateneo>

## ▶ QUADRO D2

### Organizzazione e responsabilità della AQ a livello del Corso di Studio

05/05/2024

Gli organi del Dipartimento direttamente coinvolti nel processo AQ del CdS sono i seguenti:

1. Direttore del Dipartimento (Prof. Adriano Ardovino): coordina il sistema AQ e vigila sul rispetto degli adempimenti previsti dalle norme e dai regolamenti specifici. Nomina i componenti degli organi coinvolti nel processo di AQ.
2. Presidente del CdS (Prof. Claudio Di Bernardino): sovrintende agli adempimenti annuali del processo di AQ, fra cui principalmente la compilazione della scheda SUA-CdS.
3. Commissione Paritetica: svolge attività di monitoraggio dell'offerta formativa, della qualità della didattica e dei servizi resi agli studenti da parte dei docenti e delle strutture dipartimentali. Il rappresentante per i docenti del CdS è la prof.ssa Marika BERCHICCI. La Commissione Paritetica è presieduta dal Prof. Prof.ssa Antonella DEL SIGNORE.
4. Referente AQ di Dipartimento - ReAQD (Prof. Stefano Antonio GATTONE): supporta e monitora i processi di AQ relativi al Dipartimento e ai CdS afferenti.
5. Consiglio Corso di Studio: propone al Consiglio di Dipartimento l'Offerta Didattica Programmata ed Erogata, sentita la Commissione Paritetica, per la coorte di riferimento. Discute e approva il Rapporto di Riesame ed attua ogni iniziativa programmatica sottoponendola all'approvazione della Struttura Didattica competente e agli Organi di Ateneo.
6. Gruppo di lavoro per L'Assicurazione di Qualità (GAQ) del CdS (Prof. Claudio Di Bernardino, Dott. Gianni Onesti, Dott.ssa Irene CECCATO, Dott.ssa Elvira Vitiello, la rappresentate degli studenti Giulia Andrea Di Paolo): ha il compito di:
  - coordinare le attività di AQ;
  - mantenere i rapporti diretti con il Presidio di Qualità di Ateneo, il Nucleo di Valutazione e la Commissione Paritetica Docenti-Studenti;
  - aggiornare periodicamente il Presidente del CdS sull'andamento dell'AQ del corso medesimo;
  - supervisionare l'attuazione dell'AQ all'interno del CdS;
  - monitorare gli indicatori per il controllo e il miglioramento continuo dei processi;
  - promuovere la cultura della Qualità nell'ambito del CdS;
  - pianificare e controllare l'efficienza dei servizi di contesto.

Le attività del GAQ sono indirizzate alla individuazione di azioni correttive e preventive nei confronti delle criticità rilevate e alla attuazione di piani di miglioramento da proporre e al Consiglio di CdS e al Consiglio di Dipartimento.

Link inserito: <https://pqa.unich.it/pqa/organizzazione-e-responsabilita-della-aq-livello-del-corso-di-studio>

▶ QUADRO D3

Programmazione dei lavori e scadenze di attuazione delle iniziative

28/03/2024

Link inserito: <http://>

Pdf inserito: [visualizza](#)

▶ QUADRO D4

Riesame annuale

▶ QUADRO D5

Progettazione del CdS

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Documento di progettazione del CdS

▶ QUADRO D6

Eventuali altri documenti ritenuti utili per motivare l'attivazione del Corso di Studio

▶ QUADRO D7

Relazione illustrativa specifica per i Corsi di Area Sanitaria



## Informazioni generali sul Corso di Studi

<b>Università</b>	Università degli Studi "G. d'Annunzio" CHIETI-PESCARA
<b>Nome del corso in italiano</b>	ECONOMIA E SCIENZE COMPORTAMENTALI
<b>Nome del corso in inglese</b>	ECONOMICS AND BEHAVIORAL SCIENCES
<b>Classe</b>	LM-56 - Scienze dell'economia
<b>Lingua in cui si tiene il corso</b>	italiano
<b>Eventuale indirizzo internet del corso di laurea</b>	<a href="https://esc.unich.it/home-esc">https://esc.unich.it/home-esc</a>
<b>Tasse</b>	<a href="https://www.unich.it/didattica/iscrizioni">https://www.unich.it/didattica/iscrizioni</a>
<b>Modalità di svolgimento</b>	a. Corso di studio convenzionale



## Corsi interateneo

R<sup>AD</sup>



Questo campo dev'essere compilato solo per corsi di studi interateneo,

Un corso si dice "interateneo" quando gli Atenei partecipanti stipulano una convenzione finalizzata a disciplinare direttamente gli obiettivi e le attività formative di un unico corso di studi, che viene attivato congiuntamente dagli Atenei coinvolti, con uno degli Atenei che (anche a turno) segue la gestione amministrativa del corso. Gli Atenei coinvolti si accordano altresì sulla parte degli insegnamenti che viene attivata da ciascuno; deve essere previsto il rilascio a tutti gli studenti iscritti di un titolo di studio congiunto, doppio o multiplo.

Non sono presenti atenei in convenzione



## Docenti di altre Università



## Referenti e Strutture



**Presidente (o Referente o Coordinatore) del CdS**

DI BERARDINO Claudio

**Organo Collegiale di gestione del corso di studio**

**Struttura didattica di riferimento**

Scienze filosofiche, pedagogiche ed economico-quantitative (Dipartimento Legge 240)



## Docenti di Riferimento

N.	CF	COGNOME	NOME	SETTORE	MACRO SETTORE	QUALIFICA	PESO	INSEGNAMENTO ASSOCIATO
1.	BCCDRD71H22C770M	BUCCIARELLI	Edgardo	SECS-P/01	13/A1	PA	1	
2.	CCCRNI88B63F205Q	CECCATO	Irene	M-PSI/01	11/E	RD	1	
3.	DBRCLD77R12G482N	DI BERARDINO	Claudio	SECS-P/06	13/A4	PA	1	
4.	NSTGNN87D29G141B	ONESTI	Gianni	SECS-P/07	13/B	RD	1	
5.	PLMRCR71E15H501C	PALUMBO	Riccardo	SECS-P/07	13/B1	PO	1	
6.	SPLMRC70P17H501H	SPALLONE	Marco	SECS-P/11	13/B4	PO	1	



Tutti i requisiti docenti soddisfatti per il corso :

▶ Rappresentanti Studenti

COGNOME	NOME	EMAIL	TELEFONO
Di Paolo	Giulia Andrea	giuliaandrea.dipaolo@studenti.unich.it	

▶ Gruppo di gestione AQ

COGNOME	NOME
Ceccato	Irene
Di Berardino	Claudio
Di Paolo	Giulia Andrea
Onesti	Gianni
Vitiello	Elvira

▶ Tutor

COGNOME	NOME	EMAIL	TIPO
ONESTI	Gianni		Docente di ruolo
DI BERARDINO	Claudio		Docente di ruolo

▶ Programmazione degli accessi 



Programmazione nazionale (art.1 Legge 264/1999)	No
Programmazione locale (art.2 Legge 264/1999)	No

**Sedi del Corso**

Sede del corso: Viale Pindaro, 42 - 65127 Pescara - PESCARA

Data di inizio dell'attività didattica	01/10/2024
Studenti previsti	25

**Eventuali Curriculum**

Non sono previsti curricula

**Sede di riferimento Docenti, Figure Specialistiche e Tutor**

**Sede di riferimento DOCENTI**

COGNOME	NOME	CODICE FISCALE	SEDE
PALUMBO	Riccardo	PLMRCR71E15H501C	PESCARA
SPALLONE	Marco	SPLMRC70P17H501H	PESCARA
BUCCIARELLI	Edgardo	BCCDRD71H22C770M	PESCARA
CECCATO	Irene	CCCRNI88B63F205Q	PESCARA
DI BERARDINO	Claudio	DBRCLD77R12G482N	PESCARA
ONESTI	Gianni	NSTGNN87D29G141B	PESCARA

**Sede di riferimento FIGURE SPECIALISTICHE**

COGNOME	NOME	SEDE
---------	------	------

Figure specialistiche del settore non indicate

---

**Sede di riferimento TUTOR**

COGNOME	NOME	SEDE
ONESTI	Gianni	PESCARA
DI BERARDINO	Claudio	PESCARA



## Altre Informazioni

R<sup>a</sup>D



<b>Codice interno all'ateneo del corso</b>	621M^2022
<b>Massimo numero di crediti riconoscibili</b>	12 DM 16/3/2007 Art 4 <a href="#">Nota 1063 del 29/04/2011</a>
<b>Corsi della medesima classe</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Economia e Business Analytics</li><li>• Economia e commercio</li><li>• Economia e finanza delle imprese e degli ecosistemi</li></ul>



## Date delibere di riferimento

R<sup>a</sup>D



Data di approvazione della struttura didattica	20/11/2019
Data di approvazione del senato accademico/consiglio di amministrazione	17/02/2022
Data della consultazione con le organizzazioni rappresentative a livello locale della produzione, servizi, professioni	28/06/2019 -
Data del parere favorevole del Comitato regionale di Coordinamento	16/01/2020



## Sintesi della relazione tecnica del nucleo di valutazione



## Relazione Nucleo di Valutazione per accreditamento





La relazione completa del NdV necessaria per la procedura di accreditamento dei corsi di studio deve essere inserita nell'apposito spazio all'interno della scheda SUA-CdS denominato "Relazione Nucleo di Valutazione per accreditamento" entro e non oltre il 28 febbraio di ogni anno **SOLO per i corsi di nuova istituzione**. La relazione del Nucleo può essere redatta seguendo i criteri valutativi, di seguito riepilogati, dettagliati nelle linee guida ANVUR per l'accREDITAMENTO iniziale dei Corsi di Studio di nuova attivazione, consultabili sul sito dell'ANVUR

Linee guida ANVUR

1. Motivazioni per la progettazione/attivazione del CdS
2. Analisi della domanda di formazione
3. Analisi dei profili di competenza e dei risultati di apprendimento attesi
4. L'esperienza dello studente (Analisi delle modalità che verranno adottate per garantire che l'andamento delle attività formative e dei risultati del CdS sia coerente con gli obiettivi e sia gestito correttamente rispetto a criteri di qualità con un forte impegno alla collegialità da parte del corpo docente)
5. Risorse previste
6. Assicurazione della Qualità

La progettazione del CdS è avvenuta con modalità ed attenzione adeguate seppure con tempistiche ristrette. Le motivazioni per attivare il CdS appaiono convincenti e delineano un progetto formativo innovativo nel contesto nazionale. I profili culturali e professionali della figura che il CdS intende formare sono chiaramente definiti. La consultazione diretta delle parti interessate è adeguata a livello locale e nazionale e sono state estese anche consulenti e manager di diverse multinazionali. I profili culturali e professionali, le funzioni e le competenze sono coerenti con i risultati di apprendimento e, seppur con qualche limitata eccezione, con gli obiettivi delle attività formative. I requisiti per l'accesso e le modalità di verifica degli insegnamenti sono adeguatamente definite. Il monitoraggio del CdS è coerente con il sistema AQ dell'Ateneo.

Link inserito: [https://nucleo.unich.it/sites/st19/files/parere\\_nuove\\_attivazioni\\_2020-21\\_finale.pdf](https://nucleo.unich.it/sites/st19/files/parere_nuove_attivazioni_2020-21_finale.pdf)



## Sintesi del parere del comitato regionale di coordinamento

R<sup>AD</sup>

Il giorno 16 del mese di gennaio 2020 alle ore 11:30 si riunisce in modalità telematica il Comitato di Coordinamento Regionale delle Università Abruzzesi, per discutere e deliberare il seguente ordine del giorno:

1. Comunicazioni
2. Approvazione verbale seduta precedente
3. Proposta attivazione nuovi corsi di studio:

Presiede la seduta il Magnifico Rettore dell'Università 'G. d'Annunzio' di Chieti-Pescara Prof. Sergio Caputi.

Sono presenti:

- a) il Magnifico Rettore dell'Università 'G. d'Annunzio' di Chieti-Pescara Prof. Sergio Caputi;
- b) Rettore dell'Università degli Studi dell'Aquila Prof. Edoardo Alesse;
- c) il Magnifico Rettore Università degli Studi di Teramo Prof. Dino Mastrocola;
- d) il Magnifico Rettore del Gran Sasso Science Institute Prof. Eugenio Coccia;
- e) per il Presidente della Giunta Regione Abruzzo Marco Marsilio il delegato dott. Claudio Di Giampietro;
- f) il signor Giuseppe Argentino studente dell'Università degli Studi di Chieti-Pescara;
- g) la signora Sofia Cappannari studente dell'Università degli Studi de L'Aquila.



Sono assenti

- il Signor Gianmarco Piovan studente dell'Università degli Studi di Teramo

Alle ore 12:00 il Prof. Sergio Caputi dichiara aperta la seduta.

I presenti concordano di fornire una rapida descrizione delle proposte prima di passare alla discussione del punto all'ordine del giorno.

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: ESTRATTO VERBALE CCRUA - Proposte di Nuova Istituzione 2020/2021

Offerta didattica erogata

	coorte	CUIN	insegnamento	settori insegnamento	docente	settore docente	ore di didattica assistita
1	2024	532404114	<b>ANALISI STATISTICA DEI DATI</b>	SECS-S/01	Stefano Antonio GATTONE <a href="#">CV</a> Professore Ordinario (L. 240/10)	SECS-S/01	<a href="#">48</a>
2	2024	532404115	<b>ARCHITETTURA DELLA SCELTA, PERSUASIONE E NUDGING</b>	M-PSI/05	Davide PIETRONI <a href="#">CV</a> Professore Associato (L. 240/10)	M-PSI/05	<a href="#">48</a>
3	2024	532404116	<b>BUSINESS PLAN, BUSINESS MODEL E OPEN INNOVATION</b>	SECS-P/07	<b>Docente di riferimento</b> Gianni ONESTI <a href="#">CV</a> Ricercatore a t.d. - t.pieno (art. 24 c.3-b L. 240/10)	SECS-P/07	<a href="#">48</a>
4	2023	532402556	<b>DIRITTO E PROCESSI DECISIONALI NELLE POLITICHE PUBBLICHE</b>	IUS/10	Melania D'ANGELOSANTE <a href="#">CV</a> Professore Associato (L. 240/10)	IUS/10	<a href="#">48</a>
5	2024	532404119	<b>ECONOMIA BIO-COMPORTAMENTALE</b>	SECS-P/01	Pierluigi SACCO <a href="#">CV</a> Professore Ordinario	SECS-P/02	<a href="#">72</a>
6	2024	532405134	<b>ECONOMIA COMPORAMENTALE PER LE AZIENDE</b> (modulo di ECONOMIA COMPORAMENTALE E DELLA FELICITA')	SECS-P/07	<b>Docente di riferimento</b> Riccardo PALUMBO <a href="#">CV</a> Professore Ordinario	SECS-P/07	<a href="#">72</a>
7	2023	532402557	<b>ECONOMIA DEL BENESSERE E DELLO SVILUPPO</b>	SECS-P/06	<b>Docente di riferimento</b> Claudio DI BERARDINO <a href="#">CV</a> Professore Associato (L. 240/10)	SECS-P/06	<a href="#">48</a>
8	2024	532405135	<b>ECONOMIA DELLA FELICITA'</b> (modulo di ECONOMIA COMPORAMENTALE E DELLA FELICITA')	SECS-P/06	<b>Docente di riferimento</b> Claudio DI BERARDINO <a href="#">CV</a> Professore Associato (L. 240/10)	SECS-P/06	<a href="#">72</a>
9	2024	532404112	<b>ETICA SOCIALE</b>	M-FIL/03	Oreste TOLONE <a href="#">CV</a> Professore Associato (L. 240/10)	M-FIL/03	<a href="#">48</a>
10	2024	532404122	<b>FINANZA</b>	SECS-P/11	<b>Docente di</b>	SECS-	<a href="#">72</a>

COMPORAMENTALE				riferimento	P/11		
				Marco SPALLONE <a href="#">CV</a> Professore Ordinario (L. 240/10)			
11	2023	532402560	<b>INSEGNAMENTO A SCELTA II ANNO</b>	Non e' stato indicato il settore dell'attivita' formativa	Docente non specificato	48	
12	2023	532402561	<b>MACROECONOMIA INTERNAZIONALE</b>	SECS-P/01	<b>Docente di riferimento</b> Edgardo BUCCIARELLI <a href="#">CV</a> Professore Associato (L. 240/10)	SECS-P/01 <a href="#">48</a>	
13	2024	532404124	<b>MARKETING E RICERCHE DI MERCATO</b>	SECS-P/08	Docente non specificato	72	
14	2023	532402564	<b>PSICOLOGIA DEL LINGUAGGIO E DELLA COMUNICAZIONE</b>	M-PSI/01	<b>Docente di riferimento</b> Irene CECCATO <a href="#">CV</a> Ricercatore a t.d. - t.pieno (art. 24 c.3-b L. 240/10)	M-PSI/01 <a href="#">48</a>	
15	2024	532404125	<b>PSICOLOGIA DELLA MOTIVAZIONE E DELLA PERSONALITA'</b>	M-PSI/01	Adolfo DI CROSTA <a href="#">CV</a> Ricercatore a t.d. - t.pieno (art. 24 c.3-a L. 240/10)	M-PSI/01 <a href="#">16</a>	
16	2024	532404125	<b>PSICOLOGIA DELLA MOTIVAZIONE E DELLA PERSONALITA'</b>	M-PSI/01	Pasquale LA MALVA <a href="#">CV</a> Ricercatore a t.d. - t.pieno (art. 24 c.3-a L. 240/10)	M-PSI/01 <a href="#">32</a>	
17	2023	532402565	<b>SCIENZE COMPORAMENTALI E CAMBIAMENTO SOCIALE</b>	SPS/12	Andrea PITASI <a href="#">CV</a> Professore Associato confermato	SPS/12 <a href="#">48</a>	
18	2023	532402567	<b>ULTERIORI COMPETENZE LINGUISTICHE</b>	Non e' stato indicato il settore dell'attivita' formativa	Docente non specificato	48	
						ore totali	936



## Offerta didattica programmata

Attività caratterizzanti	settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
Economico	SECS-P/01 Economia politica	30	30	30 - 30
	↳ <i>ECONOMIA BIO-COMPORTAMENTALE (1 anno) - 9 CFU - obbl</i>			
	↳ <i>IMPRESA E INNOVAZIONE (2 anno) - 6 CFU - obbl</i>			
	SECS-P/06 Economia applicata			
↳ <i>ECONOMIA DELLA FELICITA' (1 anno) - 9 CFU - obbl</i>				
↳ <i>ECONOMIA DEL CAPITALE UMANO E DELLO SVILUPPO (2 anno) - 6 CFU - obbl</i>				
Aziendale	SECS-P/07 Economia aziendale	27	18	18 - 18
	↳ <i>ECONOMIA COMPORTAMENTALE PER LE AZIENDE (1 anno) - 9 CFU - obbl</i>			
	SECS-P/08 Economia e gestione delle imprese			
	↳ <i>MARKETING E RICERCHE DI MERCATO (1 anno) - 9 CFU</i>			
SECS-P/11 Economia degli intermediari finanziari				
↳ <i>FINANZA COMPORTAMENTALE (1 anno) - 9 CFU</i>				
Statistico-matematico	SECS-S/01 Statistica	6	6	6 - 6
	↳ <i>ANALISI STATISTICA DEI DATI (1 anno) - 6 CFU - obbl</i>			
Giuridico	IUS/10 Diritto amministrativo	6	6	6 - 6
	↳ <i>DIRITTO E PROCESSI DECISIONALI NELLE POLITICHE PUBBLICHE (2 anno) - 6 CFU - obbl</i>			
<b>Minimo di crediti riservati dall'ateneo: - (minimo da D.M. 48)</b>				
<b>Totale attività caratterizzanti</b>			60	60 - 60



Attività affini	settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad			
Attività formative affini o integrative	M-FIL/03 Filosofia morale ↳ <i>ETICA SOCIALE (1 anno) - 6 CFU</i>	48	24	24 - 24 min 12			
	M-PSI/01 Psicologia generale ↳ <i>PSICOLOGIA DELLA MOTIVAZIONE E DELLA PERSONALITA' (1 anno) - 6 CFU</i> ↳ <i>PSICOLOGIA DEL LINGUAGGIO E DELLA COMUNICAZIONE (2 anno) - 6 CFU</i>						
	M-PSI/02 Psicobiologia e psicologia fisiologica ↳ <i>NEUROSCIENZE PER IL BUSINESS ED IL MARKETING (2 anno) - 6 CFU</i>						
	M-PSI/04 Psicologia dello sviluppo e psicologia dell'educazione ↳ <i>METODI DI ANALISI COMPORTAMENTALE (2 anno) - 6 CFU</i>						
	M-PSI/05 Psicologia sociale ↳ <i>ARCHITETTURA DELLA SCELTA, PERSUASIONE E NUDGING (1 anno) - 6 CFU</i> ↳ <i>DINAMICHE DI GRUPPO E COMPORTAMENTO ORGANIZZATIVO (1 anno) - 6 CFU</i>						
	SPS/12 Sociologia giuridica, della devianza e mutamento sociale ↳ <i>PROGETTAZIONE E ANALISI SOCIO-COMPORTAMENTALE (2 anno) - 6 CFU</i>						
	<b>Totale attività Affini</b>					24	24 - 24

Altre attività	CFU	CFU Rad
A scelta dello studente	12	12 - 12

Per la prova finale		18	18 - 18
Ulteriori attività formative (art. 10, comma 5, lettera d)	Ulteriori conoscenze linguistiche	-	0 - 6
	Abilità informatiche e telematiche	-	-
	Tirocini formativi e di orientamento	-	0 - 6
	Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro	-	-
Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. d		6	
Per stages e tirocini presso imprese, enti pubblici o privati, ordini professionali		-	-
<b>Totale Altre Attività</b>		<b>36</b>	<b>36 - 42</b>

<b>CFU totali per il conseguimento del titolo</b>	<b>120</b>	
<b>CFU totali inseriti</b>	120	120 - 126



## Raggruppamento settori

per modificare il raggruppamento dei settori



## Attività caratterizzanti R<sup>2</sup>D

ambito disciplinare	settore	CFU		minimo da D.M. per l'ambito
		min	max	
Economico	SECS-P/01 Economia politica SECS-P/02 Politica economica SECS-P/06 Economia applicata	30	30	24
Aziendale	SECS-P/07 Economia aziendale SECS-P/08 Economia e gestione delle imprese SECS-P/11 Economia degli intermediari finanziari	18	18	12
Statistico- matematico	SECS-S/01 Statistica SECS-S/06 Metodi matematici dell'economia e delle scienze attuariali e finanziarie	6	6	6
Giuridico	IUS/10 Diritto amministrativo	6	6	6
<b>Minimo di crediti riservati dall'ateneo minimo da D.M. 48:</b>		-		
<b>Totale Attività Caratterizzanti</b>		60 - 60		



## Attività affini

R<sup>a</sup>D

ambito disciplinare	CFU		minimo da D.M. per l'ambito
	min	max	
Attività formative affini o integrative	24	24	12
<b>Totale Attività Affini</b>			<b>24 - 24</b>



## Altre attività

R<sup>a</sup>D

ambito disciplinare		CFU min	CFU max
A scelta dello studente		12	12
Per la prova finale		18	18
Ulteriori attività formative (art. 10, comma 5, lettera d)	Ulteriori conoscenze linguistiche	0	6
	Abilità informatiche e telematiche	-	-
	Tirocini formativi e di orientamento	0	6
	Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro	-	-
Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. d		6	
Per stages e tirocini presso imprese, enti pubblici o privati, ordini professionali		-	-
<b>Totale Altre Attività</b>		<b>36 - 42</b>	



<b>CFU totali per il conseguimento del titolo</b>	<b>120</b>
Range CFU totali del corso	120 - 126
<u>Segnalazione:</u> il totale (min) di 120 crediti è pari ai crediti per il conseguimento del titolo	



## Comunicazioni dell'ateneo al CUN



A due anni dalla istituzione del CdS risulta evidente un gap tra il gradimento da parte degli studenti del progetto formativo e della didattica dei singoli insegnamenti (mediamente 3.96 su 4.00) ed una inerzia alla iscrizione al CdS soprattutto da parte degli studenti del territorio.

Si è quindi proceduto a partire da giugno 2021 ad indagare le cause di questa inerzia che si traduce in un basso numero di iscrizioni.

Innanzitutto, è stato osservato il basso tasso di conversione dei potenziali studenti che hanno specificamente espresso interesse all'iscrizione. Gli incontri di presentazione del corso di laurea e di orientamento, sia collettivo che individuale in risposta a richieste di informazioni, hanno consentito di rilevare indicazioni sugli elementi che questi prospect ritenevano più o meno attraenti rispetto alla proposta formativa.

Tale campione di osservazione è stato ampio in quanto il corso di laurea magistrale in Economics and Behavioral Sciences è stato promosso attraverso diversi canali:

- il blog [www.economicomportamentale.it](http://www.economicomportamentale.it), gestito dagli studenti del dottorato in Business and Behavioral Sciences, che nel 2021 ha registrato 37191 utenti con 119078 pagine visitate, collocandosi tra le risorse più seguite in Italia dagli interessati alla disciplina;
- la pagina facebook di Economia Comportamentale e Neuroeconomia, [www.facebook.com/neuroeconomicomportamentale](https://www.facebook.com/neuroeconomicomportamentale) avente 2478 followers;
- la newsletter che al momento conta 600 iscritti, dei quali il 7% ha espresso esplicito interesse per il corso di laurea magistrale.

Queste multiple iniziative di comunicazione hanno consentito di canalizzare oltre 90 motivate richieste di informazioni finalizzate alla iscrizione in risposta alle quali si sono organizzate sessioni di orientamento e presentazione del corso. A conclusione di queste iniziative il tasso di conversione è stato solo del 2,2%, con solo due studenti provenienti da questi canali che hanno effettuato la preiscrizione per accedere al colloquio di ammissione. Tasso che poi si è ulteriormente abbattuto del 50% a seguito della prova di ammissione che ha fatto emergere delle scoraggianti lacune nella lingua inglese di uno dei candidati.

Soprattutto grazie ai colloqui di orientamento individuali che seguivano la presentazione collettiva si ha avuto l'opportunità di sondare le motivazioni a sostegno e a freno dell'intenzione di iscriversi. Tra le prime sono emerse l'innovatività e le potenzialità sinergiche del percorso, tra le seconde la ritrosia nell'affrontare un percorso interdisciplinare (pertanto con nuovi lessici disciplinari da apprendere) integralmente erogato in lingua inglese.

Queste osservazioni hanno trovato conferma anche in un sondaggio condotto a dicembre 2021 su Qualtrics che prospettava la possibilità di conseguire una seconda laurea in Economia Comportamentale. Alla domanda sulla lingua preferita per la fruizione del corso, la quasi totalità dei rispondenti ha scelto la lingua italiana. E alla domanda “qualora il corso di laurea fosse erogato integralmente in lingua inglese, quanto questo inibirebbe la sua iscrizione?”, in una scala da 0 a 100 la risposta media è stata 75.

Ulteriore conferma sull'impatto inibitorio della erogazione integrale in inglese è emersa dai focus group di fine corso organizzati nell'ambito delle ultime due edizioni sia del Master in Economia Comportamentale e Neuromarketing che del Corso di Perfezionamento in Economia e Gestione Aziendale erogati presso l'Università di Chieti-Pescara. A conclusione di questi percorsi, oltre a raccogliere le valutazioni sulla didattica, viene offerto un orientamento sugli sbocchi occupazionali e formativi affini. In occasione di questi incontri, anche grazie alla coerenza tra questi percorsi ed il CdS in Economics and Behavioral Sciences, mediamente si rileva un elevato livello di interesse verso l'opportunità di approfondimento della disciplina con il coronamento di laurea magistrale. Al contempo però si registra ancora una volta l'effetto frenante rappresentato dalla lingua straniera.

Coerentemente con le rilevazioni finora illustrate, l'attrattività del corso di laurea magistrale in Economics and Behavioral Sciences, pur essendo relativamente soddisfacente tra la platea degli studenti non italiani (il corpo studentesco attuale ha cittadinanza russa, canadese, colombiana, indiana, eritrea, maltese), è zavorrata per gli studenti italiani.

Una ristrutturazione del CdS, nella forma del passaggio alla erogazione in lingua italiana, non ostacolerebbe la parallela aspirazione del CdS, caldeggiata anche dal Comitato di Indirizzo, a rivolgersi anche ad una platea internazionale capitalizzando l'ormai consolidata propensione del corpo docente a produrre e mettere a disposizione degli studenti stranieri materiale didattico e videolezioni in lingua inglese.

In prospettiva quindi il CdS, una volta consolidatosi in termini di attrattività per la popolazione studentesca (e professionale) italiana, potrebbe evolvere con l'istituzione di un curriculum internazionale in lingua inglese, eventualmente potenziato anche dallo sviluppo di partenariati con i numerosi atenei extraeuropei che manifestano interesse sia per il nostro sistema paese che per le scienze economico-comportamentali.



## Motivi dell'istituzione di più corsi nella classe

R<sup>AD</sup>

Le motivazioni dell'istituzione di più corsi nella stessa classe LM 56 sono riconducibili a 4 gruppi di argomentazione:

- A. Motivazioni di carattere epistemico;
- B. Motivazioni di carattere istituzionale;
- C. Motivazioni relative alle opportunità nel mercato del lavoro;
- D. Motivazioni relative al gap nell'offerta formativa.

### A. Motivazioni di carattere epistemico

Negli ultimi 20 anni si è assistito ad una convergenza significativa tra l'economia e le scienze comportamentali – economics and behavioral sciences – sostanziata nella ascesa della disciplina nota come 'economia comportamentale' (behavioral economics). La behavioral economics ha acquisito una rilevanza indiscussa nel dibattito economico, sociale e politico, rivelandosi particolarmente proficua nello spiegare e nel prevedere un numero crescente di fenomeni economici. In questo modo la behavioral economics è divenuta un complemento non sostituibile delle più tradizionali discipline economiche. Infatti, mentre le tradizionali discipline economiche si fondano sull'uso di apparati matematici sofisticati (privilegiando argomentazioni di carattere logico-deduttivo) corredato da analisi di tipo empirico, la behavioral economics mutua la sua impostazione dalle scienze cognitive e comportamentali, affidandosi in modo preponderante alla metodologia sperimentale, e privilegiando un approccio spiccatamente induttivo. Questa specificità rende la behavioral economics una disciplina economica radicalmente diversa dalle tradizionali scuole (tra le quali la scuola neo-classica) riconducendo una parte del suo status epistemico al vasto dominio delle discipline cognitive e comportamentali. Da questa prospettiva, la behavioral economics appare un dominio più spiccatamente interdisciplinare – sicuramente più vicino alle hard sciences

nel suo apparato metodologico – di quanto non lo siano le tradizionali discipline economiche.

Questa tendenza, lungi dall'essere una moda passeggera, è comunemente definita 'rivoluzione comportamentale' (c.d. behavioral revolution) in quanto sta segnando un cambiamento paradigmatico delle discipline economiche riportando al centro di esse l'uomo, con la sua socialità, emotività, istintività ed irrazionalità. Non è un caso che l'accademia svedese negli ultimi decenni, abbia assegnato il Premio Nobel ad un numero cospicuo di studiosi che hanno fatto proprio l'approccio comportamentale e sperimentale negli studi di economia, tra i quali Herbert A. Simon, Reinhard Selten, Vernon L. Smith, Daniel Kahneman, Robert Shiller, Richard Thaler, ecc.

Un elemento distintivo di questa rivoluzione paradigmatica è che essa non appare circoscritta al mero dibattito scientifico e relegata alle 'torri di avorio' della conoscenza ma al contrario sembra diffondersi sempre di più nella 'vita di tutti i giorni'. Infatti, i temi legati alla behavioral economics sono così pervasivi da venire trattati con continuità da riviste e quotidiani a larga tiratura.

Non si può mancare di riconoscere che l'enfasi sugli aspetti cognitivi e comportamentali (e lo stesso uso della metodologia sperimentale) contribuisce a rendere la behavioral economics una disciplina particolarmente 'discernibile' senza essere mai banale, rendendola così molto apprezzata anche dai non addetti. Volendo utilizzare una metafora evolucionistica, la behavioral economics si sta manifestando vincente su molti fronti, ed è questa la ragione che spiega il suo successo e la sua crescente diffusione nella società.

#### B. Motivazioni di carattere istituzionale

La portata della behavioral revolution in economia è ormai istituzionalizzata, sicuramente a causa del suo potere 'positivo', in quanto è in grado di spiegare o prevedere un numero significativo di fenomeni di carattere economico e sociale (tra i quali i ripetuti periodi di crisi che hanno contraddistinto le economie avanzate negli ultimi 20 anni).

Ma la sua portata 'positiva' rappresenta soltanto una frazione del suo potenziale. Infatti la fusione tra l'economia e scienze comportamentali si sta rivelando fondamentale anche nella dimensione 'normativa' nella misura in cui costituisce un corpo unitario di conoscenze in grado di fornire risposte di policy, adeguate alla lettura e alla gestione degli accadimenti economici che connotano le complesse economie avanzate. Infatti, un tratto caratterizzante della behavioral economics è la sua applicabilità ad innumerevoli contesti di carattere pubblico o privato. Lo stesso dibattito sulle soluzioni di policy di carattere comportamentale è fiorente.

Il successo normativo della behavioral economics è comprovato da precisi eventi istituzionali occorsi negli ultimi anni. Nel 2015 il Presidente degli Stati Uniti, Barack Obama firma un documento che esordisce così: 'A growing body of evidence demonstrates that behavioral science insights - research findings from fields such as behavioral economics and psychology about how people make decisions and act on them - can be used to design government policies to better serve the American people.' (si veda Ordine Esecutivo n. 13707, 'Using Behavioral Science Insights To Better Serve the American People', pubblicato sul Federal Register, Vol. 80 N. 181 di Venerdì 18 Settembre 2015). Nello stesso documento il Presidente Obama invita le organizzazioni governative ad assumere esperti di scienze comportamentali, ad identificare politiche e sviluppare progetti nei quali l'uso delle scienze comportamentali sia rilevante, a creare rapporti tra enti governativi e comunità di ricerca delle scienze comportamentali, ad aiutare le scelte e le azioni dei cittadini usando i contributi delle scienze comportamentali. L'atto sancisce l'uso sistematico, all'interno dell'apparato amministrativo statunitense, delle scienze comportamentali con la creazione del cosiddetto Social and Behavioral Sciences Team. Similmente, il Governo del Regno Unito presieduto da David Cameron aveva dato vita ad una organizzazione chiamata Behavioral Insight Team, anche nota come Nudge Unit, con l'obiettivo di migliorare le policy governative attraverso l'uso della behavioral economics.

Tali fatti hanno significativamente contribuito ad una istituzionalizzazione a livello mondiale della behavioral economics, e stanno dando vita ad un processo di imitazione in altri paesi. In pressoché tutte le economie avanzate stanno nascendo figure professionali con expertise in behavioral economics operanti nei più disparati settori: dalla sanità alla scuola, dall'alimentazione ai trasporti, dalle authority agli enti previdenziali ecc. L'uso di insight di carattere comportamentale si sta diffondendo gradualmente negli apparati amministrativi privati e pubblici delle economie avanzate.

Tali fatti istituzionali sono stati recepiti in ambito Comunitario con la creazione di una unità dedicata - chiamata Behavioral Insights, all'interno della European Commission.

L'atteggiamento Comunitario rispetto alla portata della behavioral economics è assolutamente in linea con quello adottato nelle economie più avanzate ed è sistematicamente orientato all'uso di behavioral insights per il miglioramento della società. Il tentativo di mettere a sistema i progetti afferenti a diversi paesi è una prova evidente della rilevanza e della portata delle policy di carattere comportamentale.

La fusione tra economia e scienze comportamentali rappresenta quindi un dominio di studi con brillanti peculiarità rispetto alle tradizionali distinzioni presenti all'interno delle discipline economiche, ed ha un suo status ad una sua legittimazione

istituzionale ampiamente riconosciute e condivise a livello internazionale.

#### C. Motivazioni relative alle opportunità nel mercato del lavoro

Secondo un'indagine della nota società di consulenza Gallup, le organizzazioni che applicano la behavioral economics superano le aziende concorrenti dell'85% nella crescita delle vendite e del 25% nel margine lordo. Ciò rende evidente il fatto che la fusione tra economia e scienze comportamentali sta rappresentando una rivoluzione di carattere paradigmatico all'interno del mondo del business. Il tasso di crescita del settore sta rendendo difficile per le imprese presenti in Italia trovare competenze prontamente impiegabili.

La portata paradigmatica della behavioral economics fa sì che i suoi domini di applicazione siano molto diversificati visto che i campi di applicazione sono pressoché infiniti: dall'industria manifatturiera, alla sanità, dai trasporti alla scuola. Tale eterogeneità non è solo settoriale ma anche inter-aziendale. Infatti i laureati troveranno sbocco in diversi ambiti presenti nelle aziende, sia pubbliche che private, in relazione alle tipiche aree funzionali - risorse umane, marketing e commerciale, produzione e logistica, ricerca e sviluppo, finanza e amministrazione.

#### D. Motivazioni relative al gap nell'offerta formativa

Si può senza dubbio affermare, che la behavioral economics rappresenti la principale innovazione paradigmatica occorsa nelle discipline economiche negli ultimi 50 anni. La Tabella 1 riporta un breve elenco delle principali Università internazionali con analogo ordinamento già attivo. La tabella non include le iniziative in lingua nazionale, iniziative che comunque abbondano nei diversi Paesi. Si noti che la Tabella non include nemmeno le iniziative di studio più avanzate quali i PhD in Behavioral Economics (preponderanti in paesi come la Germania). E nemmeno include gli MBA (Master in Business Administration), che spesso presentano - come nel caso degli MBA dell'University of Cambridge - specifici indirizzi comportamentali.

#### Tabella 1

Paese Università Denominazione Corso

Germany University of Kassel MSc in Economic Behaviour and Governance

Ireland University College Dublin MSc Behavioural Economics

Netherlands Erasmus University Rotterdam Master in Economics and Business (Behavioural Economics specialization)

Portugal Universidade Catolica Portuguesa Master in Psychology in Business and Economics

UK City University London MSc in Behavioural Economics

UK London School of Economics and Political Science Executive MSc in Behavioural Science

UK Manchester Metropolitan University MSc in Behavioural and Economic Science

UK University of Essex MSc in Behavioural Economics

UK University of Exeter MSc in Behavioural Economics and Finance

UK University of Nottingham MSc in Behavioural Economics

I corsi presenti in Tabella 1, pur differenti nelle denominazioni, sono spiccatamente orientati alla behavioral economics. Infatti, tutti i corsi presenti nella Tabella 1 sono stati inseriti, dai rispettivi Coordinatori, all'interno del principale portale di Behavioral Economics, presente sul Web ([www.behavioraleconomics.com](http://www.behavioraleconomics.com)). Il portale racchiude soltanto le iniziative di qualità che presentano caratteristiche spiccate di internazionalità. Da notare che sul portale è presente, tra le pochissime iniziative presenti in Italia, il PhD in Business and Behavioral Sciences, afferente al Dipartimento di Neuroscienze, Imaging e Scienze Cliniche del nostro Ateneo, coinvolto con propri docenti nel progetto.

L'unico corso di laurea di secondo livello sulla behavioral economics presente in Italia è il corso di Laurea Magistrale in Behavioural and Applied Economics (Economia Comportamentale e Applicata) dell'Università di Trento.

Con questa unica eccezione, l'assenza di percorsi di studio di secondo livello in Behavioral Economics appare un vuoto formativo che deve essere colmato.

L'elemento differenziante rispetto agli altri corsi di laurea esistenti è auto-evidente se si considera che i corsi di Laurea Magistrale presenti in Ateneo ed afferenti alla classe LM 56 (Scienze dell'Economia) presentano obiettivi e contenuti radicalmente diversi rispetto ad un corso di Laurea in Behavioral Economics, contenuti disciplinari differenti e sono erogati tutti in lingua italiana.

Osservando i contenuti specifici dei corsi di laurea magistrale attivi nello stesso Ateneo ed il loro percorso formativo, è possibile notare come nessuno di questi presenta connotazioni di carattere cognitivo e comportamentale. La mancanza di



elementi cognitivi e comportamentali appare un elemento sostanziale, in grado di discriminare fortemente il contenuto e la portata di un Corso di Laurea Magistrale in Economics and Behavioral Sciences.

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: confronto CdS della stessa classe di laurea



Note relative alle attività di base  
R<sup>a</sup>D



Note relative alle altre attività  
R<sup>a</sup>D



Note relative alle attività caratterizzanti  
R<sup>a</sup>D