

ALL. A



Università degli Studi "G. d'Annunzio" CHIETI-PESCARA

SCHEDA INFORMATIVA

MASTER UNIVERSITARIO ANNUALE DI I LIVELLO IN "ECONOMIA COMPORTAMENTALE E NEUROMARKETING PER LE AZIENDE E LE ISTITUZIONI" - A.A. 2024/2025

Decreto Istitutivo	n. 2482/2024 - prot. n. 97779 del 5.12.2024
--------------------	---

SEGRETERIA ORGANIZZATIVA DEL CORSO

Indirizzo: Dipartimento di Neuroscienze, Imaging e Scienze Cliniche, Via Luigi Polacchi, 11, 66100, Chieti Scalo(CH).

Orari di ricevimento: dal Lunedì al Mercoledì, ore 10:00 – 12:00

Recapiti: Telefono: 0871-3556922 Fax: 0871-3556922 -e mail: lferretti@unich.it

SEDE DELLE ATTIVITA' DIDATTICHE

La struttura didattica universitaria sede del Corso è il Dipartimento di Neuroscienze, Imaging e Scienze Cliniche – Via Luigi Polacchi, n.11 – 66100 Chieti Scalo (CH)

CONSIGLIO DI CORSO

Docente	Struttura di appartenenza	Ruolo	SSD
Prof. Claudio Di Berardino (Coordinatore)	Dipartimento di Neuroscienze, Imaging e Scienze Cliniche	PA	SECS-P/06
Prof. Riccardo Palumbo (componente)	Dipartimento di Neuroscienze, Imaging e Scienze Cliniche	PO	SECS-P/07
Prof. Mirco Fasolo (componente)	Dipartimento di Psicologia	PA	M-PSI/04
Dott. Gianni Onesti (componente)	Dipartimento di Studi Socio-Economici, Gestionali e Statistici	RTDB	SECS-P/07
Prof. Davide Pietroni (componente)	Dipartimento di Psicologia	PA	M-PSI/05

ENTI ESTERNI CONVENZIONATI

Enti	Contributo apportato
Pomilio Blumm S.r.l.	1) personale qualificato che interverrà nel modulo "Laboratori"; 2) contribuire professionalmente alla progettazione e alla realizzazione della campagna di comunicazione dell'iniziativa; 3) garantire lo stage con un numero variabile tra un minimo di 2 a un massimo 5 iscritti al Master; 4) promuovere l'iniziativa avvalendosi dei propri canali istituzionali e sociali.

DURATA DEL CORSO

Il Master è di durata annuale per un carico didattico complessivo pari a 1500 ore e complessivi n. 60 CFU. Il corso è articolato n. 4 settimane/mese - per 2 giorni/settimana.

LINGUA UFFICIALE DEL MASTER

Il Master è tenuto in lingua italiana.

REQUISITI DI AMMISSIONE

Il Master è rivolto a chi abbia conseguito la laurea di primo livello ai sensi del D.M. 270/2004, senza limitazioni a specifiche classi di laurea, o titolo equipollente.

Le/I candidate/i in possesso di un titolo di studio conseguito all'estero potranno iscriversi al Corso purché in regola con le vigenti prescrizioni ministeriali in materia di procedure per l'ingresso, il soggiorno, l'immatricolazione degli studenti internazionali e il relativo riconoscimento dei titoli per i corsi della formazione superiore in Italia.

Le/I candidate/i straniere/i residenti all'estero dovranno accedere al portale UNIVERSITALY <https://www.university.it> e compilare la "domanda di preiscrizione" online entro e non oltre la data indicata nel bando di ammissione.

Definitiva valutazione in ordine all'idoneità dei titoli stranieri ai soli fini dell'iscrizione al corso è comunque rimessa al Consiglio di Corso.

LAUREANDE/I

Sono ammesse/i a partecipare al Master le/i laureande/i della sessione straordinaria (31 marzo 2025) dell'A.A. 2023/2024 nelle classi di laurea che consentono l'accesso al Corso - previa domanda di ammissione on-line da effettuarsi con le modalità e le tempistiche di cui all'art. 5 del bando di ammissione – **a condizione che il titolo accademico richiesto venga conseguito entro e non oltre la data di scadenza della procedura di immatricolazione.**

Le/I laureande/i vengono ammessi con riserva, in caso di mancato conseguimento del titolo accademico tali candidate/i decadono dal diritto all'immatricolazione.

La loro immatricolazione è subordinata all'invio – **entro e non oltre predetta la data** – anche dal proprio indirizzo di posta elettronica all'indirizzo PEC di Ateneo ateneo@pec.unich.it dell'autocertificazione relativa all'avvenuto conseguimento del titolo accademico, compilata sull'apposito modulo allegato al presente Bando (**All. C**), allegando fotocopia fronte-retro di un documento di riconoscimento in corso di validità. La mail deve obbligatoriamente riportare nell'oggetto nome e cognome del candidato e la seguente dicitura: "laureanda/o – Master Universitario annuale di I livello in Economia Comportamentale e Neuromarketing per le Aziende e le Istituzioni – A.A. 2023/2024";

NUMERO POSTI E MODALITA' DI AMMISSIONE

Il numero minimo e massimo degli iscritti è programmato rispettivamente in 10 e 50 unità.

Nel caso in cui il numero di aspiranti sia superiore a quello massimo previsto l'ammissione al Corso avverrà fino a copertura dei posti disponibili in base all'ordine cronologico di ricevimento delle domande.

Gli eventuali posti resisi vacanti a seguito di rinuncia o decadenza dei vincitori, saranno ricoperti mediante scorrimento della graduatoria degli ammessi, fino ad esaurimento dei posti disponibili.

RISERVA DI POSTI

E' prevista la riserva di max 3 posti in sovrannumero per le/i partecipanti dipendenti/stagisti della società Pomilio Blumm Srl.

Si precisa che il contributo di iscrizione deve essere pagato tramite la modalità PAGO PA che prevede il versamento nel rispetto delle modalità e tempistiche fissate dal Bando di attivazione, pena la mancata iscrizione o decadenza dal Corso dei candidati beneficiari.

Entro la scadenza del bando la società Pomilio Blumm Srl è tenuta a rimettere i nominativi dei propri partecipanti al Coordinatore del Master.

Il Master rientra nell'attività istituzionale dell'Ateneo, quindi il contributo di iscrizione resta al di fuori del campo di applicazione dell'IVA e pertanto non sarà rilasciata fattura.

CONTRIBUTO DI ISCRIZIONE

Il contributo di iscrizione al Corso per le/i corsiste/i standard è fissato in **€ 2.700,00 pro - capite** al netto dell'imposta di bollo assolta in modo virtuale, pagabile in due rate di pari importo entro e non oltre le seguenti scadenze:

- la prima rata pari ad **€ 1.366,00** (comprensiva dell'imposta di bollo assolta in modo virtuale), entro e non oltre il termine di immatricolazione;
- la seconda rata pari ad **€ 1.350,00** entro e non oltre il **30.06.2025**.

Il ritardato pagamento comporterà l'applicazione di un'indennità di mora pari a:

- € 25,00 in caso di pagamento entro 7 (sette) giorni dalla data di scadenza;
- € 50,00 in caso di pagamento effettuato oltre 7 (sette) giorni dalla data di scadenza.

CONTRIBUTO DI ISCRIZIONE DIPENDENTI/STAGISTI SOCIETA' POMILIO BLUMM S.R.L. è fissato in **€ 2.200,00 pro-capite** al netto dell'imposta di bollo assolta in modo virtuale, pagabili in due rate di pari importo entro e non oltre le seguenti scadenze:

- la prima rata pari ad **€ 1.116,00** (comprensiva dell'imposta di bollo assolta in modo virtuale), entro e non oltre il termine di immatricolazione;
- la seconda rata pari ad **€ 1.100,00** entro e non oltre il **30.06.2025**

Il ritardato pagamento comporterà l'applicazione di un'indennità di mora pari a:

- € 25,00 in caso di pagamento entro 7 (sette) giorni dalla data di scadenza;
- € 50,00 in caso di pagamento effettuato oltre 7 (sette) giorni dalla data di scadenza.

FINALITA' E OBIETTIVI FORMATIVI

Negli ultimi 10 anni l'economia comportamentale e la neuroeconomia hanno acquisito una rilevanza indiscussa nel dibattito economico, sociale e politico. Questa rivoluzione paradigmatica – l'ultimo premio Nobel a Richard Thaler è soltanto la punta di un iceberg - sta segnando un cambiamento nelle scienze economiche e manageriali riportando al centro dell'attenzione l'uomo, con la sua emotività, istintività ed irrazionalità.

Ben lungi dall'essere una rivoluzione soltanto scientifica, quello che rende l'economia comportamentale e la neuroeconomia così importanti è la loro capacità di spiegare e di predire con elevata accuratezza i comportamenti umani in tutte le loro manifestazioni economiche (dal comportamento del consumatore alle scelte di investimento, dalle decisioni manageriali alla gestione delle risorse umane, ecc.). E' stato osservato che le imprese che utilizzano i principi di economia comportamentale superano i competitor del 85% nell'aumento delle vendite e del 25% nei margini lordi, su base annua (fonte: Gallup).

Il tasso di crescita del settore rende difficile per le imprese coinvolte – in particolare in Italia, dove tale approccio è arrivato in tempi più recenti – trovare competenze prontamente impiegabili. Il Dipartimento di Neuroscienze, Imaging e Scienze Cliniche ha maturato esperienze di ricerca e didattiche che pongono la struttura ai primi posti in Italia. Forte di queste credenziali il Dipartimento rappresenta una struttura ideale per la conduzione di un Master in Economia Comportamentale e Neuromarketing per le Aziende e le Istituzioni.

Il Master ha l'obiettivo generale di fornire conoscenze e competenze per sviluppare, organizzare e gestire attività d'azienda in cui il ruolo dell'economia comportamentale e la neuroeconomia sono predominanti.

Gli obiettivi specifici del Master sono cinque:

ALL. A

- 1) fornire solide conoscenze e competenze relative all'economia dell'azienda, al suo funzionamento, alla sua organizzazione e gestione. Tale obiettivo è assicurato attraverso il modulo di "Economia & Management".
- 2) Fornire solide conoscenze e competenze relative alle attività di comunicazione, promozione e di neuromarketing. Tale obiettivo è assicurato attraverso il modulo di "Comunicazione & Marketing" che si basa sulle conoscenze e sulle metodologie della psicologia e delle neuroscienze per individuare forme di comunicazione efficaci al fine di influenzare le scelte del consumatore. Il modulo si pone come obiettivo quello di introdurre ai concetti del marketing, delle tecniche di comunicazione e infine i principi del neuromarketing, seguendo una logica di apprendimento esperienziale al fine di evidenziarne le potenzialità comunicative e di persuasione.
- 3) fornire solide conoscenze e competenze relative alle scienze comportamentali, nella dimensione individuale e collettiva, con particolare riferimento alla vita delle organizzazioni. Tale obiettivo è assicurato attraverso il modulo di "Scienze comportamentali".
- 4) fornire solide conoscenze e competenze nelle neuroscienze, relativamente alla dimensione biologica e fisiologica del sistema nervoso centrale, e con particolare enfasi sulle applicazioni neuroeconomiche. Tale obiettivo è assicurato attraverso il modulo di "Neuroscienze & Decision-Making".
- 5) Fornire solide conoscenze relative alle attività di ricerca e formazione nell'ambito dello sviluppo e del portafoglio delle competenze trasversali, e con particolare attenzione alla sperimentazione di metodologie di valutazione nei contesti organizzativi. Tale obiettivo è assicurato attraverso il modulo di "Placement & Soft Skills".

La figura professionale formata dal Corso trova sbocco in diversi ambiti presenti nelle aziende, sia pubbliche sia private così come nelle società di consulenza. Gli sbocchi professionali sono stati identificati in relazione alle tipiche aree funzionali - risorse umane, marketing e commerciale, produzione e logistica, ricerca e sviluppo, finanza e amministrazione - presenti in azienda e rispecchiano i comuni annunci di lavoro qualificato. Per ciascuna area sono indicati (in parentesi, alcuni domini più recenti di applicazioni di carattere spiccatamente neuro-comportamentale) i principali sbocchi professionali così come definiti nel gergo aziendale.

- risorse umane (organizzazioni digitalizzate, valutazione del personale, ecc.):
 - o HR Manager Assistant
 - o Payroll Coordinator Assistant
 - o HR Specialist Assistant
 - o Trainer
 - o Compensation and Benefits Manager Assistant
 - o Recruiter
- marketing e commerciale (neuromarketing, analisi biometrica per lo studio del consumer behavior, architetture della scelta, ecc.):
 - o Marketing Manager Assistant
 - o Marketing Communication Manager Assistant
 - o Marketing Research Analyst
 - o Product Manager Assistant
 - o Brand Manager Assistant
 - o Marketing Consultant
 - o Sales Assistant
- produzione e logistica:
 - o Operations Manager Assistant
 - o Buyers Manager Assistant
 - o Purchasing Manager Assistant
 - o Supply chain manager assistant
 - o Analyst

ALL. A

- ricerca e sviluppo (human centered design, user experience, ecc.):
 - o Analyst
 - o Human-Centered Designer
 - o Experience Analyst
- finanza e amministrazione (sviluppo di prodotti basati sulla finanza comportamentale ecc.):
 - o Financial Analyst Assistant
 - o Accountant Assistant
 - o Controller Assistant

La didattica del Master si compone delle seguenti macrocategorie disciplinari - discusse sopra in relazione agli obiettivi specifici - alle quali afferiscono i singoli corsi (indicati nell'Art. 12):

- 1) Economia & Management
- 2) Comunicazione & Marketing
- 3) Scienze comportamentali
- 4) Neuroscienze & Decision-Making
- 5) Placement & Soft Skills

Alle suddette categorie si aggiungono i Laboratori.

ARTICOLAZIONE DEL PERCORSO DELLE ATTIVITA' FORMATIVE

Il Master è articolato in attività didattica a distanza, con lezioni sincrone e asincrone, registrazioni audio-video, laboratori ed esercitazioni, attività di studio e preparazione individuale e attività pratica di tirocinio che si svolgerà presso le sedi convenzionate.

Sedi in corso di convenzionamento per lo svolgimento del tirocinio:

- o Fater Spa
- o Uda Analytics S.r.l.
- o Umana-Analytics S.r.l.

I tirocini e gli stage si svolgono di norma presso enti o aziende esterni all'Ateneo.

L'attività di tirocinio consiste in:

- attività pratica,
- project work attraverso esperienze di laboratorio e case studies analysis per acquisire conoscenze approfondite delle strategie per il change management.

La frequenza da parte degli iscritti alle varie attività formative in presenza è obbligatoria. Sono consentite assenze giustificate per il 30% del monte ore complessivamente previsto.

Il periodo di formazione non può essere sospeso.

Non sono ammessi trasferimenti in Master analoghi presso altre sedi universitarie.

Gli insegnamenti sono così organizzati:

Tabella attività formative

Insegnamento	SSD	Ore Didat. a distanza - interattiva (DI)	Ore didattica a distanza - altra didattica erogativa (DE)	Ore Lab. e Eser.	Ore studio individuale	Tot. Ore	CFU
Economia & Management							
1) Neuroeconomia della cultura	SECS-P/02	15	9		51	75	3
2) People Management in un mondo digitale	SECS-P/08	10	6		34	50	2

ALL. A

3) Economia comportamentale per le aziende	SECS-P/07	15	9		51	75	3
4) Economia della felicità e politiche pubbliche	SECS-P/06	15	9		51	75	3
5) Benessere al lavoro e valore economico per le aziende	SECS-P/06	15	9		51	75	3
6) Come analizzare e interpretare i dati	SECS-S/01	10	6		34	50	2
7) Processi creativi nelle organizzazioni	SPS/07	10	6		34	50	2
Comunicazione & Marketing							
8) Neuroscienze del consumatore e Ricerche di mercato	SECS-P/08	15	9		51	75	3
9) Data Driven Marketing	SECS-P/08	10	6		34	50	2
10) Neuromarketing	SECS-P/07	15	9		51	75	3
Scienze comportamentali							
11) Negoziazione, persuasione & Nudging	M-PSI/05	15	9		51	75	3
12) Metodi di analisi comportamentale	M-PSI/04	10	6		34	50	2
13) Emozioni e comunicazione interpersonale	M-PSI/04	5	3		17	25	1
14) Il comportamento organizzativo	M-PSI/05	10	6		34	50	2
15) Etica & leadership	M-PSI/05	5	3		17	25	1
Neuroscienze & Decision-Making							
16) Neuroscienze cognitive & Decision-Making	M-PSI/02	15	9		51	75	3
17) Neuroscienze per il business: Biofeedback e face-reader	SECS-P/06	15	9		51	75	3
18) Neuroscienze per il business: Eye-tracking	SECS-P/07	10	6		34	50	2
Placement & Soft skill							
19) Team Building e training	SECS-P/07	20			30	50	2
Laboratori & esercitazioni				50		50	2
Totale ore parziale		235	129	50	761	1175	47
Stage/Project work						300	12
Prova finale						25	1
Totale ore						1500	60

MODALITÀ DI ORGANIZZAZIONE E SVOLGIMENTO DELLE ATTIVITÀ DIDATTICHE

Il Master è in lingua italiana, le attività didattiche si svolgeranno a distanza, con lezioni sincrone e asincrone.

MODALITÀ DI SVOLGIMENTO DELLA PROVA FINALE

La verifica dei risultati dell'attività formativa avviene attraverso una prova finale consistente nella presentazione di un project work che dà luogo ad un giudizio di idoneità.

RICONOSCIMENTO CFU

Il Corso Master prevede il riconoscimento di massimo n. 12 CFU. Il riconoscimento dei crediti per attività formative pregresse, debitamente certificate, quali le attività eventualmente svolte in corsi di perfezionamento post – lauream o in altri Master, viene effettuato dal Consiglio di Corso, in base alla corrispondenza tra settori scientifici disciplinari, all'affinità/comparabilità tra le attività e le competenze già acquisite e i livelli di competenze e professionalità perseguite con il corso Master.

FORME DI TUTELA DEL DIRITTO ALLO STUDIO

È previsto n. 1 posto in soprannumero con esonero totale del contributo di iscrizione per corsisti con disabilità/riconoscimento di handicap ai sensi dell'art. 3, comma 1, della Legge 5 febbraio 1992, n.104, o con un'invalidità pari o superiore al 66%. Resta dovuta l'imposta di bollo.

RILASCIO DEL TITOLO

A conclusione del Master, agli iscritti che siano in regola con il pagamento delle tasse ed eventuali soprattasse, che abbiano adempiuto agli obblighi didattico-amministrativi e superato la prova finale, verrà rilasciato il Diploma di **Master Universitario di I livello in “Economia comportamentale e neuromarketing per le aziende e le istituzioni”**.

La data di svolgimento della prova finale è assunta quale data di conseguimento del titolo.

ADEMPIMENTI PER LA PUBBLICAZIONE E LA DIFFUSIONE DELLE INFORMAZIONI RIGUARDANTI LE ATTIVITA'

Le attività del Master si serviranno di un sito internet, appositamente creato che conterrà:

- informazioni generali sul master;
- calendario delle lezioni;
- avvisi;
- documentazione didattica.