



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. 2026/2027

APERTURA PROCEDURA DI AMMISSIONE ONLINE DAL 24 SETTEMBRE 2026
SCADENZA PROCEDURA DI AMMISSIONE ONLINE ALLE ORE 13.00 DEL 16 NOVEMBRE 2026

Decreto Rettoriale Istitutivo	n. 1060/2026 - prot. n. 66036 del 27.08.2026
-------------------------------	--

SEGRETERIA ORGANIZZATIVA

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: mirco.durante@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	ECON-04/A ex SECS-P/06
Prof. Riccardo Palumbo (componente)	Dipartimento di Neuroscienze, Imaging e Scienze Cliniche	PO	ECON-06/A ex SECS-P/07
Prof. Pierluigi Sacco (componente)	Dipartimento di Neuroscienze, Imaging e Scienze Cliniche	PO	ECON-02/A ex SECS-P/02
Prof. Mirco Fasolo (componente)	Dipartimento di Psicologia	PO	PSIC-02/A ex M-PSI/04
Dott. Gianni Onesti (componente)	Dipartimento di Studi Socio-Economici, Gestionali e Statistici	RTDB	ECON-06/A ex SECS-P/07

DURATA

Il Master è di durata annuale per un carico didattico complessivo pari a 1500 ore e complessivi n. 60 CFU.

LINGUA UFFICIALE

Il Master è tenuto in lingua italiana.

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.). È 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:

- 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,

ALL. 11

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
- 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 E DELLE ATTIVITA' FORMATIVE

Il Master è articolato in attività didattica a distanza svolta in modalità sincrona e asincrona, esercitazioni, laboratori, attività di studio individuale, preparazione individuale e tirocinio.

La didattica a distanza verrà svolta tramite la piattaforma Microsoft Teams.

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.
- o Toto SPA

ALL. 11

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 didattica a distanza	Ore esercitazioni e laboratori	Ore studio individuale	Ore totali	N. CFU
1. Neuroeconomia della cultura	ECON-02/A (ex SECS-P/02)	24	0	51	75	3
2. People Management in un mondo digitale	ECON-07/A (ex SECS-P/08)	16	0	34	50	2
3. Economia comportamentale per le aziende	ECON-06/A (ex SECS-P/07)	24	0	51	75	3
4. Economia della felicità e politiche pubbliche	ECON-04/A (ex SECS-P/06)	24	0	51	75	3
5. Benessere al lavoro e valore economico per le aziende	ECON-04/A (ex SECS-P/06)	24	0	51	75	3
6. Come analizzare e interpretare i dati	ECON-04/A (ex SECS-P/06)	16	0	34	50	2
7. Processi creativi nelle organizzazioni	GSPS-05/A (ex SPS/07)	16	0	34	50	2
8. Neuroscienze del consumatore e ricerche di mercato	ECON-07/A (ex SECS-P/08)	24	0	51	75	3
9. Data driven marketing	ECON-07/A (ex SECS-P/08)	16	0	34	50	2
10. Neuromarketing	ECON-06/A (ex SECS-P/07)	24	0	51	75	3
11. Negoziazione, persuasione & Nudging	PSIC-03/A (ex M-PSI/05)	24	0	51	75	3
12. Metodi di analisi comportamentale	PSIC-02/A (ex M-PSI/04)	16	0	34	50	2
13. Emozioni e comunicazione interpersonale	PSIC-02/A (ex M-PSI/04)	8	0	17	25	1
14. Il comportamento organizzativo	PSIC-03/A (ex M-PSI/05)	16	0	34	50	2
15. Etica & leadership	PSIC-03/A (ex M-PSI/05)	8	0	17	25	1
16. Neuroscienze cognitive & decision-making	PSIC-01/B (ex M-PSI/02)	24	0	51	75	3
17. Neuroscienze per il business: Biofeedback e Face-reader	PSIC-01/B (ex M-PSI/02)	24	0	51	75	3
18. Neuroscienze per il business: Eye-tracking	ECON-06/A (ex SECS-P/07)	16	0	34	50	2
19. Team Building e training	ECON-04/A (ex SECS-P/06)	20	0	30	50	2
20. Laboratori & esercitazioni	----	0	50	0	50	2

ALL. 11

Totale ore parziale	364	50	761	1175	47
Tirocinio/Stage				300	12
Prova Finale				25	1
Totale				1500	60

MODALITÀ DI ORGANIZZAZIONE DELLE ATTIVITÀ DIDATTICHE

Le attività didattiche si svolgeranno a distanza in modalità sincrona e asincrona su piattaforma Microsoft Teams.

Il corso è articolato n. 4 settimane/mese - per 2 giorni/settimana.

DESTINATARI DEL CORSO E REQUISITI DI AMMISSIONE

Il Master è rivolto a chi abbia conseguito una laurea triennale ai sensi del D.M. 270/2004, senza limitazioni a specifiche classi di laurea o titolo equipollente e/o equiparabile.

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 nella scheda informativa.

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 nelle classi di laurea che consentono l'accesso al Corso, **a condizione che il titolo accademico richiesto risulti 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 decadranno dal diritto all'immatricolazione.

La immatricolazione è subordinata all'invio – **entro e non oltre la data di scadenza**– 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. B**), 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. 2026/2027";

NUMERO POSTI, MODALITÀ DI AMMISSIONE E CONTRIBUTO DI ISCRIZIONE

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.

Il contributo di iscrizione al Corso per le/i corsiste/i ordinarie/ri è fissato in **€ 2.900,00 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:

ALL. 11

- la prima rata pari ad € 1.466,00 (comprensiva dell'imposta di bollo assolta in modo virtuale), entro e non oltre il termine di immatricolazione;
- la seconda rata pari ad € 1.450,00 entro e non oltre il **30.06.2027**.

Il ritardato del 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.

FORME DI TUTELA DEL DIRITTO ALLO STUDIO

È previsto n. 1 posto in sovrannumero 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.**

L'assegnazione dell'esonero totale dal contributo di iscrizione avverrà in base all'ordine cronologico di ricevimento della domanda di ammissione.

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 diversi da quelli che hanno consentito l'accesso al 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. **L'eventuale riconoscimento di crediti comporta la relativa abbreviazione del corso, ma non dà diritto ad alcuna riduzione del contributo di iscrizione.**

Le/I candidate/i che possono richiedere il riconoscimento di crediti per attività formative pregresse, la cui domanda (**All. E**), corredata di tutti gli allegati, dovrà essere trasmessa entro e non oltre la data di scadenza della procedura di immatricolazione, dovranno attenersi alle seguenti indicazioni:

a. effettuata la procedura di immatricolazione, inviare una e-mail al seguente indirizzo di posta elettronica corsi.postlauream@unich.it con la quale si richiede l'inserimento, sulla propria pagina personale, del bollo virtuale dovuto pari ad € 16,00;

b. entro la data di scadenza della procedura di immatricolazione l'interessata/o dovrà provvedere al pagamento dell'importo di cui al punto a. del presente articolo, accedendo al portale di Ateneo dal menu "MyPage" □ "Ud'A on-line", alla propria area riservata e selezionando la voce SEGRETERIA □ PAGAMENTI, optando per una delle modalità disponibili nel Servizio Pago PA:

- pagamento immediato: cliccando sul pulsante "Paga con PagoPA" e selezionando "Carta di credito", o "Bonifico bancario" appariranno i PSP (Prestatori di Servizio di Pagamento) accreditati in Pago PA (per es. se si seleziona la voce "bonifico bancario" e nella lista è presente il proprio istituto bancario, basterà selezionarlo per procedere al pagamento in home banking);

oppure

- pagamento differito: cliccando sul pulsante "Stampa Avviso per PagoPA", stampare l'avviso di pagamento da presentare presso uno degli esercenti autorizzati (es. Uffici postali, tabaccherie e ricevitorie, ecc.) o uno degli istituti di credito aderenti al sistema PagoPA, reperibili al seguente indirizzo: <https://www.pagopa.gov.it/it/prestatori-servizi-di-pagamento/elenco-PSP-attivi/>.

In assenza del pagamento di tale contributo, la richiesta di riconoscimento non verrà presa in carico e non sarà trasmessa al Coordinatore del corso;

c. compilare l'apposito modulo di domanda di riconoscimento (**All. E**), **sottoscriverla avendo cura di allegare fotocopia fronte-retro di un documento di riconoscimento in corso di validità e l'autocertificazione relativa ai CFU per cui si richiede il riconoscimento, anche dal proprio indirizzo di posta elettronica alla PEC di Ateneo al seguente indirizzo ateneo@pec.unich.it**. La PEC deve obbligatoriamente riportare nell'oggetto nome e cognome della/del candidata/o e la seguente dicitura: "richiesta riconoscimento CFU – *"Master Universitario di I livello in "Economia comportamentale e neuromarketing per le aziende e le istituzioni"* – A.A. 2026/2027".

Le/i candidate/i che richiedono il riconoscimento di un titolo accademico conseguito presso Università estere, completata l'immatricolazione on-line ed effettuato il versamento del bollo virtuale richiesto, saranno tenuti – a pena di non valutazione del riconoscimento – a consegnare personalmente **entro e non oltre la data di scadenza indicata nell'Avviso di immatricolazione**, dalle ore 11:00 alle ore 13:00 (dal lunedì al venerdì) al Settore Formazione Continua – Palazzo de' Mayo – Largo Martiri della Libertà n. 1 – 66100 – Chieti o a trasmettere a mezzo posta raccomandata A.R. al Magnifico Rettore dell'Università degli Studi "G. d'Annunzio" di Chieti-Pescara – Settore Formazione Continua – Campus Universitario – Via dei Vestini – 66100 Chieti Scalo (CH) la seguente documentazione

- originale (o copia autenticata) del titolo di studio conseguito all'estero (*Transcript of Records e i programmi dettagliati di ogni materia*) munito di traduzione ufficiale in lingua italiana e corredato dagli attestati di Comparabilità e di Verifica rilasciati da CIMEA. In sostituzione degli Attestati di Comparabilità e di Verifica è possibile presentare la Dichiarazione di Valore rilasciata dalla Rappresentanza Diplomatica Consolare italiana competente per territorio. In tal caso, il titolo di studio presentato deve essere legalizzato a cura della medesima Autorità o munito di Apostille.
- originale (o copia autenticata) del diploma di laurea corredato da originale (o copia autenticata) del Diploma Supplement, entrambi tradotti e legalizzati (*in caso di titoli conseguiti nei Paesi della Comunità Europea*);
- lettera di trasmissione della suddetta documentazione debitamente firmata e datata, indirizzata al Magnifico Rettore – Università degli Studi "G. d'Annunzio" di Chieti-Pescara.

Il riconoscimento dei crediti per attività formative pregresse, strettamente attinenti al piano formativo del Corso e debitamente certificate, viene effettuato dal Consiglio di Corso.

Il riconoscimento non dà diritto a riduzione del contributo di iscrizione.

Al corsista in possesso di titolo di studio conseguito all'estero potrà essere richiesto in qualsiasi momento di esibire la documentazione di studio in originale o copia autenticata.

MODALITÀ DI SVOLGIMENTO DELLA PROVA FINALE

Al termine del Master è prevista una prova finale che si svolgerà in presenza consistente nella presentazione e discussione di un project work prodotto dal candidato inerente una o più materie del corso valutata con giudizio di idoneità.

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

RILASCIO DEL TITOLO

Al termine del percorso formativo, agli iscritti 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**.

PUBBLICAZIONE E LA DIFFUSIONE DELLE INFORMAZIONI

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

- informazioni generali sul master;

ALL. 11

- calendario delle lezioni;
- avvisi;
- documentazione didattica.