



Università telematica delle
Camere di Commercio Italiane

Universitas Mercatorum - Sede operativa centrale:
Via Appia Pignatelli, 62 - 00178 Roma - tel. 06.78052327/340 - fax 06.7842136
www.unimercatorum.it - segreteria@unimercatorum.it



Manifesto degli studi anno accademico 2006/2007

**Universitas Mercatorum.
Benvenuti nella rete del sapere.
L'università telematica di chi lavora per crescere.**



Università telematica delle
Camere di Commercio Italiane

Mission

Gli atenei telematici sono ormai una realtà. Solo Universitas Mercatorum, però, ha la caratteristica di essere concepita all'interno del sistema delle Camere di commercio per essere l'unica espressamente destinata a chi lavora e vuole acquisire nuovi titoli, accrescere il proprio bagaglio culturale e conseguire risultati certi con titoli accademici apprezzati.

Il mondo della rete è libertà e innovazione: Universitas Mercatorum vuole essere lì, al fianco di coloro che cercano nell'eccellenza il proprio futuro.

Universitas Mercatorum nasce a Roma per rimanere legata alla storia delle antiche Universitas Mercatorum, organismi associativi-antesignani delle odierne Camere di commercio investiti di funzioni di regolazione dei mercati, a tutela degli interessi di tutti i settori.

Le parole d'ordine di Universitas Mercatorum sono: serietà, trasparenza, solidità, eccellenza.

Indice

1. UNIVERSITAS MERCATORUM, L'UNIVERSITÀ TELEMATICA	6
2. I CORSI DI STUDIO, LE CLASSI E GLI INSEGNAMENTI	6
3. IL DETTAGLIO DEGLI INSEGNAMENTI	8
4. INIZIO E TERMINE DEI CORSI	21
5. MODALITÀ DI ISCRIZIONE E RICONOSCIMENTO DEI CFU	21
6. L'ACCESSO AI CORSI	21
7. VALUTAZIONI E TEST INTERMEDI	21
8. MODELLI DIDATTICI: RAPPORTI STUDENTE-DOCENTE	22
9. UNIVERSITAS MERCATORUM E SISTEMA CAMERALE	23

1. UNIVERSITAS MERCATORUM, L'UNIVERSITÀ TELEMATICA

L'Università Telematica "Universitas Mercatorum" è costituita in seno al Sistema delle Camere di commercio italiane con il fine di contribuire, conformemente alla mission stessa dell'Istituzione camerale, allo sviluppo del sistema economico mediante la crescita del capitale umano. L'Università, ai sensi del DM 17/4/2003 (GU n. 98 del 29 aprile 2003), eroga la propria offerta formativa in modalità e-learning con l'utilizzo delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione. L'Università Telematica "Universitas Mercatorum" rilascia titoli accademici, di cui all'articolo 3, del DM 3 novembre 1999, n. 509, ovvero di primo e secondo livello: laurea (L), laurea specialistica (LS), diploma di specializzazione (DS); rilascia altresì titoli di Master di primo e di secondo livello.

Quattro aspetti caratterizzano l'Universitas Mercatorum:

- Eccellenza dell'offerta didattica
- Forte coinvolgimento dei partecipanti
- Collaborazione strutturata con le istituzioni camerali
- Apertura Internazionale

2. I CORSI DI STUDIO, LE CLASSI E GLI INSEGNAMENTI

L'Università Telematica "Universitas Mercatorum" attiva per l'Anno Accademico 2006/2007 il corso di laurea in **Management delle Risorse Umane** e quello in **Gestione d'Impresa**, entrambi afferenti alla **classe 17** della **Facoltà di Economia**.

MANAGEMENT DELLE RISORSE UMANE (180 CFU)

	INSEGNAMENTI	CFU
1° anno	ECONOMIA AZIENDALE	8
	STRATEGIE D'IMPRESA	4
	ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE E DEI SERVIZI	4
	ANALISI ECONOMICA	8
	ECONOMIA APPLICATA	6
	DIRITTO PRIVATO	4
	DIRITTO COMMERCIALE	4
	STATISTICA	6
	METODOLOGIE E DETERMINAZIONI QUANTITATIVE D'AZIENDA	4
	INFORMATICA APPLICATA	4
	ORGANIZZAZIONE AZIENDALE	8

2° anno	INSEGNAMENTI	CFU
	PROGRAMMAZIONE E CONTROLLO	6
	GESTIONE DELLA PRODUZIONE	6
	COMUNICAZIONE ORGANIZZATIVA INTERNA	4
	ORGANIZZAZIONE DEL LAVORO	8
	DIRITTO DELLA PREVIDENZA SOCIALE	4
	DIRITTO DEL LAVORO	8
	PIANIFICAZIONE FISCALE	4
	ELABORAZIONE DEI DATI STATISTICI PER L'IMPRESA	4
	STATISTICA ECONOMICA	4
	ORGANIZZAZIONE DELLA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE	8
	ECONOMIA E POLITICA DEL LAVORO	4
	3° anno	INSEGNAMENTI
STATISTICA SOCIALE		4
PSICOLOGIA DEL LAVORO		8
SOCIOLOGIA DEL LAVORO E RELAZIONI SINDACALI		8
DUE INSEGNAMENTI A SCELTA DELLO STUDENTE		12
LINGUA INGLESE		6
ALTRA LINGUA A SCELTA DELLO STUDENTE		4
COMUNICAZIONE WEB		4
STAGE		10
PROVA FINALE		4

GESTIONE D'IMPRESA (180 CFU)

1° anno	INSEGNAMENTI	CFU
	ECONOMIA AZIENDALE	8
	STRATEGIE D'IMPRESA	4
	ANALISI ECONOMICA	8
	ECONOMIA APPLICATA	4
	DIRITTO PRIVATO	4
	DIRITTO COMMERCIALE	4
	STATISTICA	4
	METODOLOGIE E DETERMINAZIONI QUANTITATIVE D'AZIENDA	4
	ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE E DEI SERVIZI	4
	INFORMATICA APPLICATA	4
	ORGANIZZAZIONE AZIENDALE	8
	MATEMATICA PER LE DECISIONI AZIENDALI	4

2° anno	INSEGNAMENTI	CFU
	PROGRAMMAZIONE E CONTROLLO	8
	GESTIONE DELLA PRODUZIONE	8
	MARKETING	8
	DIRITTO COMMERCIALE (AVANZATO)	8
	DIRITTO DEL LAVORO	4
	ELABORAZIONE DEI DATI STATISTICI PER L'IMPRESA	6
	ANALISI DI MERCATO PER LE DECISIONI AZIENDALI	6
	DIRITTO AMMINISTRATIVO	8
POLITICA ECONOMICA	4	
3° anno	INSEGNAMENTI	CFU
	FINANZA AZIENDALE	8
	RELAZIONI INDUSTRIALI	8
	METODI STATISTICI PER LA QUALITÀ E IL CRM	4
	DUE INSEGNAMENTI A SCELTA DELLO STUDENTE	12
	LINGUA INGLESE	6
	ALTRA LINGUA A SCELTA DELLO STUDENTE	4
	COMUNICAZIONE WEB	4
	STAGE	10
	PROVA FINALE	4

3.

IL DETTAGLIO DEGLI INSEGNAMENTI

I programmi degli insegnamenti attivati sono sinteticamente di seguito dettagliati:

CORSO DI LAUREA IN MANAGEMENT DELLE RISORSE UMANE

Insegnamento	Programma sintetico	CFU
ECONOMIA AZIENDALE	Le fasi della vita aziendale Le informazioni sulla gestione aziendale: finalità e strumenti Le modalità tecniche di rilevazione delle operazioni di gestione La rappresentazione contabile delle operazioni aziendali Schemi e struttura di bilancio	8

Insegnamento	Programma sintetico	CFU
STRATEGIA D'IMPRESA	<p>Il sistema aziendale: contenuti e modalità di funzionamento</p> <p>L'ambiente rilevante per l'impresa</p> <p>L'ambiente competitivo</p> <p>La formazione della strategia d'impresa</p> <p>La catena del valore e le condizioni organizzative per la strategia</p>	4
ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE E DEI SERVIZI	<p>L'analisi interna dell'impresa: risorse e competenze</p> <p>Le strategie competitive</p> <p>Le strategie di crescita</p> <p>Il marketing dei servizi</p>	4
ANALISI ECONOMICA	<p>Il comportamento del consumatore, domanda di mercato e domanda individuale</p> <p>La funzione di produzione e la funzione dei costi</p> <p>Le forme di mercato</p> <p>I mercati dei fattori produttivi</p> <p>Condizioni di efficienza dei mercati, asimmetrie informative e intervento pubblico</p>	8
ECONOMIA APPLICATA	<p>L'analisi macroeconomica</p> <p>Il ciclo economico</p> <p>Le relazioni economiche internazionali</p> <p>Le politiche di "Welfare".</p> <p>I problemi di equità ed efficienza</p>	6
DIRITTO PRIVATO	<p>Individui e gruppi</p> <p>I diritti reali</p> <p>Obbligazioni e contratti</p>	4

3.

Insegnamento	Programma sintetico	CFU
DIRITTO COMMERCIALE	L'impresa e l'azienda come fattispecie I contratti d'impresa Titoli di credito I contratti bancari e di assicurazione	4
STATISTICA	Le medie e le loro proprietà Grafici Misure di variabilità Alcune relazioni statistiche Cenni di campionamento e tecniche di rilevazione campionaria (PAPI, CATI, CAPI)	6
METODOLOGIE E DETERMINAZIONI QUANTITATIVE D'AZIENDA	Conto finanziario Indici di bilancio per la valutazione delle performance aziendali Analisi del valore economico creato Cenni sul bilancio consolidato	4
INFORMATICA APPLICATA	Evoluzione dei sistemi informatici Basi dati e sistemi di gestione I sistemi informativi aziendali Progettazione e sviluppo dei sistemi informativi	4
ORGANIZZAZIONE AZIENDALE	I modelli di struttura organizzativa Il coordinamento e il dimensionamento delle unità organizzative Il cambiamento organizzativo La gestione strategica delle risorse umane I processi decisionali Autorità e modelli direzionali	8

Insegnamento	Programma sintetico	CFU
PROGRAMMAZIONE E CONTROLLO	<p>L'attività di controllo di gestione, il controllo per la direzione</p> <p>La struttura organizzativa per il controllo di gestione</p> <p>Il processo di controllo di gestione</p> <p>Il budgeting: budget operativi, economici, finanziari e patrimoniali</p> <p>Il reporting per la direzione</p> <p>Gli strumenti a supporto del controllo di gestione</p>	6
GESTIONE DELLA PRODUZIONE	<p>Gli obiettivi strategici della funzione di produzione</p> <p>I modelli di struttura produttiva</p> <p>Pianificazione, programmazione e controllo della produzione</p> <p>La gestione delle scorte a qualità</p> <p>Il processo di produzione ed erogazione dei servizi</p>	6
COMUNICAZIONE ORGANIZZATIVA INTERNA	<p>Elementi di comunicazione interpersonale, motivazionale, informativa e formativa nell'organizzazione: teorie, modelli e metodi</p> <p>Forme, strumenti, tecniche e metodologie del comunicare</p> <p>Strategie di comunicazione e marketing interno</p> <p>Dinamiche di gruppo, team-building, team-working, comunicazione relazionale ed impatti dell'ICT</p>	4
ORGANIZZAZIONE DEL LAVORO	<p>Pianificazione e programmazione del personale</p> <p>La ricerca, la selezione e l'inserimento del personale</p> <p>La valutazione, la retribuzione, i sistemi premianti e le carriere</p> <p>Lo sviluppo e la formazione</p> <p>Nuovi paradigmi per la valorizzazione delle risorse umane nell'impresa post-fordista</p>	8

3.

Insegnamento	Programma sintetico	CFU
DIRITTO DELLA PREVIDENZA SOCIALE	<p>Le contribuzioni e le prestazioni. Assistenza e previdenza</p> <p>Le pensioni. Sistema a partecipazione e sistema a capitalizzazione. La riforma</p> <p>La previdenza complementare</p>	4
DIRITTO DEL LAVORO	<p>Le fonti di disciplina del rapporto di lavoro: interne, comunitarie e internazionali</p> <p>Lavoro subordinato e lavoro autonomo</p> <p>La contrattazione collettiva</p> <p>Professionalità, retribuzione e orario di lavoro</p> <p>La disciplina delle forme di lavoro flessibili</p>	8
PIANIFICAZIONE FISCALE	<p>I fattori della pianificazione fiscale e i relativi tributi coinvolti</p> <p>Pianificazione: elusione e legittimo risparmio d'imposta</p> <p>La pianificazione fiscale domestica ed internazionale e i relativi strumenti</p>	4
ELABORAZIONE DEI DATI STATISTICI PER L'IMPRESA	<p>Le banche dati relative alle imprese e al mercato del lavoro</p> <p>Elementi di statistica multivariata e di analisi dei dati</p>	4
STATISTICA ECONOMICA	<p>Analisi della documentazione statistica: ISTAT, Banca d'Italia, ecc.</p> <p>Aggregati economici</p> <p>I numeri indice dei prezzi</p> <p>Previsioni di breve periodo</p>	4

Insegnamento	Programma sintetico	CFU
ORGANIZZAZIONE DELLA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE	<p>Organizzazione ed efficienza della pubblica amministrazione</p> <p>Il controllo di gestione</p> <p>La riforma del rapporto di lavoro del 1993</p> <p>La dirigenza pubblica e la distinzione tra indirizzo politico e gestione</p> <p>La flessibilità del lavoro e la valutazione delle prestazioni</p>	8
ECONOMIA E POLITICA DEL LAVORO	<p>Domanda - offerta di lavoro ed equilibrio del mercato</p> <p>Elementi di economia del personale</p> <p>Investimento in capitale umano</p>	4
STATISTICA SOCIALE	<p>Modello logit e regressione logistica. Analisi dei dati longitudinali</p> <p>Valutazione degli effetti delle politiche del lavoro e della formazione</p> <p>Applicazioni (la disoccupazione, la ricerca del lavoro, la mobilità, la povertà, ecc.)</p>	4
PSICOLOGIA DEL LAVORO	<p>Il rapporto individuo-organizzazione</p> <p>I fondamenti concettuali della psicologia del lavoro</p> <p>Cambiamento sociale e cambiamento tecnologico</p> <p>La cultura organizzativa</p> <p>La sicurezza del lavoro e la socializzazione al lavoro</p>	8

3.

Insegnamento	Programma sintetico	CFU
SOCIOLOGIA DEL LAVORO E RELAZIONI SINDACALI	<p>Confronti internazionali sulle condizioni di lavoro. I tassi di attività, di occupazione, di disoccupazione</p> <p>Le politiche del lavoro: incentivi, servizi all'impiego, ammortizzatori sociali</p> <p>Gli attori del sistema di relazioni sindacali</p> <p>La contrattazione collettiva</p> <p>Rappresentanza, conflitto, partecipazione</p>	8
DUE INSEGNAMENTI A SCELTA DELLO STUDENTE		12
LINGUA INGLESE	<p>Comprensione orale</p> <p>Lettura e traduzione</p> <p>Business English</p>	6
ALTRA LINGUA A SCELTA DELLO STUDENTE		4
COMUNICAZIONE WEB	<p>Internet, comunicazione digitale interattiva sul web, pubblicità e marketing on line</p> <p>Nozioni sulla struttura, i flussi e le risorse tecnologiche della comunicazione web</p> <p>La progettazione e lo sviluppo concettuale, funzionale, grafico e contenutistico di un sito</p> <p>Stili, regole e tecniche della comunicazione multimediale ed ipertestuale via web</p>	4
STAGE		10
PROVA FINALE		4

CORSO DI LAUREA IN GESTIONE D'IMPRESA

Insegnamento	Programma sintetico	CFU
ECONOMIA AZIENDALE	<p>Le fasi della vita aziendale</p> <p>Le informazioni sulla gestione aziendale: finalità e strumenti</p> <p>Le modalità tecniche di rilevazione delle operazioni di gestione</p> <p>La rappresentazione contabile delle operazioni aziendali</p> <p>Schemi e struttura di bilancio</p>	8
STRATEGIE D'IMPRESA	<p>Il sistema aziendale: contenuti e modalità di funzionamento</p> <p>L'ambiente rilevante per l'impresa</p> <p>L'ambiente competitivo</p> <p>La formazione della strategia d'impresa</p> <p>La catena del valore e le condizioni organizzative per la strategia</p>	4
ANALISI ECONOMICA	<p>Il comportamento del consumatore, domanda di mercato e domanda individuale</p> <p>La funzione di produzione e la funzione dei costi</p> <p>Le forme di mercato</p> <p>I mercati dei fattori produttivi</p> <p>Condizioni di efficienza dei mercati, asimmetrie informative e intervento pubblico</p>	8
ECONOMIA APPLICATA	<p>L'analisi macroeconomica</p> <p>Il ciclo economico</p> <p>Le relazioni economiche internazionali</p>	4

3.

Insegnamento	Programma sintetico	CFU
DIRITTO PRIVATO	<p>Individui e gruppi</p> <p>I diritti reali</p> <p>Obbligazioni e contratti</p>	4
DIRITTO COMMERCIALE	<p>L'impresa e l'azienda come fattispecie</p> <p>I contratti d'impresa</p> <p>Titoli di credito</p> <p>I contratti bancari e di assicurazione</p>	4
STATISTICA	<p>Le medie e le loro proprietà</p> <p>Grafici</p> <p>Misure di variabilità</p> <p>Cenni di campionamento e tecniche di rilevazione campionaria (PAPI, CATI, CAPI)</p>	4
METODOLOGIE E DETERMINAZIONI QUANTITATIVE D'AZIENDA	<p>Conto finanziario</p> <p>Indici di bilancio per la valutazione delle performance aziendali</p> <p>Analisi del valore economico creato</p> <p>Cenni sul bilancio consolidato</p>	4
ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE E DEI SERVIZI	<p>L'analisi interna dell'impresa: risorse e competenze</p> <p>Le strategie competitive</p> <p>Le strategie di crescita</p> <p>Il marketing dei servizi</p>	4
INFORMATICA APPLICATA	<p>Evoluzione dei sistemi informatici</p> <p>Basi dati e sistemi di gestione</p> <p>I sistemi informativi aziendali</p> <p>Progettazione e sviluppo dei sistemi informativi</p>	4

Insegnamento	Programma sintetico	CFU
ORGANIZZAZIONE AZIENDALE	<p>I modelli di struttura organizzativa</p> <p>Il coordinamento e il dimensionamento delle unità organizzative</p> <p>Il cambiamento organizzativo</p> <p>La gestione strategica delle risorse umane</p> <p>I processi decisionali</p> <p>Autorità e modelli direzionali</p>	8
MATEMATICA PER LE DECISIONI AZIENDALI	<p>Operazioni finanziarie semplici e composte</p> <p>Modelli di ammortamento di prestiti</p> <p>Tecniche di valutazione economica di progetti</p> <p>Scelte di portafoglio</p> <p>Elementi di calcolo delle probabilità</p>	4
PROGRAMMAZIONE E CONTROLLO	<p>L'attività di controllo di gestione, il controllo per la direzione</p> <p>La struttura organizzativa per il controllo di gestione</p> <p>Il processo di controllo di gestione</p> <p>Il budgeting: budget operativi, economici, finanziari e patrimoniali</p> <p>Il reporting per la direzione</p> <p>Gli strumenti a supporto del controllo di gestione</p>	8
GESTIONE DELLA PRODUZIONE	<p>Gli obiettivi strategici della funzione di produzione</p> <p>I modelli di struttura produttiva</p> <p>Pianificazione, programmazione e controllo della produzione</p> <p>La gestione delle scorte</p> <p>La qualità</p> <p>Il processo di produzione ed erogazione dei servizi</p>	8

3.

Insegnamento	Programma sintetico	CFU
MARKETING	<p>L'impresa orientata al mercato e al consumatore</p> <p>Il marketing strategico</p> <p>Le politiche di marketing (prodotto, prezzo, comunicazione e distribuzione)</p> <p>La gestione delle relazioni con il cliente</p> <p>Le specificità del marketing dei beni industriali</p> <p>Le specificità del marketing dei beni di largo consumo</p> <p>Il marketing analitico (segmentazione, analisi della concorrenza)</p>	8
DIRITTO COMMERCIALE (AVANZATO)	<p>Le società di capitali</p> <p>Le forme di cooperazione interaziendale</p> <p>Trasformazione, fusione e scissione di società</p> <p>La crisi d'impresa</p> <p>Principi di corporate governance</p>	8
DIRITTO DEL LAVORO	<p>Le fonti di disciplina del rapporto di lavoro: interne, comunitarie e internazionali</p> <p>Lavoro subordinato e lavoro autonomo</p> <p>La disciplina delle forme di lavoro flessibili</p>	4
ELABORAZIONE DEI DATI STATISTICI PER L'IMPRESA	<p>Le banche dati relative alle imprese e al mercato del lavoro</p> <p>Analisi statistiche sui dati delle imprese e del mercato del lavoro</p> <p>Elementi di statistica multivariata e di analisi dei dati</p>	6
ANALISI DI MERCATO PER LE DECISIONI AZIENDALI	<p>Il ruolo delle ricerche di mercato</p> <p>Caratteristiche e strutture dei campioni</p> <p>Le ricerche quantitative di marketing</p> <p>Le ricerche qualitative di marketing</p>	6

Insegnamento	Programma sintetico	CFU
DIRITTO AMMINISTRATIVO	<p>I principi del diritto amministrativo e dell'attività amministrativa</p> <p>I poteri amministrativi</p> <p>Il procedimento amministrativo</p> <p>Efficacia del provvedimento e invalidità amministrativa</p>	8
POLITICA ECONOMICA	<p>La contabilità nazionale reale e finanziaria</p> <p>Il sistema monetario internazionale</p> <p>Strumenti e obiettivi della politica economica</p> <p>La politica economica dell'Unione Europea</p>	4
FINANZA AZIENDALE	<p>Obiettivi e ruoli della funzione finanziaria nelle imprese</p> <p>La pianificazione finanziaria</p> <p>Le decisioni di investimento</p> <p>La copertura dei fabbisogni finanziari e gli strumenti di finanziamento</p> <p>La stima del costo opportunità del capitale</p>	8
RELAZIONI INDUSTRIALI	<p>Confronti internazionali sulle condizioni di lavoro. I tassi di attività, di occupazione, di disoccupazione</p> <p>Le politiche del lavoro: incentivi, servizi all'impiego, ammortizzatori sociali</p> <p>Gli attori del sistema di relazioni sindacali</p> <p>La contrattazione collettiva</p> <p>Rappresentanza, conflitto, partecipazione</p>	8

3.

Insegnamento	Programma sintetico	CFU
METODI STATISTICI PER LA QUALITÀ E IL CRM	<p>Tecniche statistiche per lo sviluppo della qualità aziendale</p> <p>La customer satisfaction: obiettivi e tecniche di analisi</p> <p>Il CRM: applicazioni pratiche e casi concreti</p>	4
DUE INSEGNAMENTI A SCELTA DELLO STUDENTE		12
LINGUA INGLESE	<p>Comprensione orale</p> <p>Lettura e traduzione</p> <p>Business English</p>	6
ALTRA LINGUA A SCELTA DELLO STUDENTE		4
COMUNICAZIONE WEB	<p>Internet, comunicazione digitale interattiva sul web, pubblicità e marketing on line</p> <p>Nozioni sulla struttura, i flussi e le risorse tecnologiche della comunicazione web</p> <p>La progettazione e lo sviluppo concettuale, funzionale, grafico e contenutistico di un sito</p> <p>Stili, regole e tecniche della comunicazione multimediale ed ipertestuale via web</p>	4
STAGE		10
PROVA FINALE		4

INIZIO E TERMINE DEI CORSI

4.

L'avvio delle lezioni per l'anno accademico 2006/2007 è previsto per il mese di **febbraio 2007**; le stesse termineranno a **settembre 2007**. Coerentemente con le modalità di erogazione della didattica in modalità e-learning, tuttavia, l'accesso ai corsi asincroni sarà garantito senza limiti di tempo ai corsisti che accedano alla piattaforma.

MODALITÀ D'ISCRIZIONE E RICONOSCIMENTO DEI CFU

5.

Iscrizioni: avvengono mediante l'accesso alla piattaforma dalla quale è possibile compilare ed inviare telematicamente la richiesta provvedendo, contestualmente, al pagamento della tassa di iscrizione secondo le modalità contenute nelle pagine del sito dedicate a questa procedura.

Immatricolazioni: avvengono mediante l'accesso alla piattaforma dalla quale è possibile compilare ed inviare telematicamente la richiesta provvedendo, contestualmente, al pagamento della tassa di immatricolazione; la stessa immatricolazione si ritiene perfezionata con l'invio cartaceo della seguente documentazione:

- copia del diploma di scuola secondaria di secondo grado
- copia di un documento di identità
- copia della ricevuta del versamento della prima rata

Tasse universitarie: la tassa di iscrizione è pari a Euro 2.000, comprensiva del contributo regionale per il diritto allo studio, per ciascun anno di corso e può essere versata in due rate, la prima all'atto di iscrizione, la seconda entro il **31 maggio 2007**.

Riconoscimento CFU: Universitas Mercatorum ha studiato un modello di misurazione del grado di esperienza basato su un esame personalizzato. Una apposita Commissione valuta le richieste di riconoscimento dei Crediti Formativi Universitari nel rispetto delle disposizioni di legge; le domande per il riconoscimento dei crediti devono essere inoltrate, secondo le modalità indicate nel sito, a Universitas Mercatorum, sede operativa centrale, via Appia Pignatelli 62-00178 ROMA. Le stesse dovranno essere corredate dalla documentazione comprovante il possesso dei crediti per i quali si richiede il riconoscimento secondo il modello di domanda disponibile sul sito dell'Ateneo.

Per informazioni più dettagliate vai al sito: www.unimercatorum.it

L'ACCESSO AI CORSI

6.

Ai corsi si accede esclusivamente mediante la piattaforma e-learning utilizzando la password e la user id rilasciata allo studente all'atto dell'iscrizione.

VALUTAZIONI E TEST INTERMEDI

7.

Il processo didattico è monitorato in itinere e valutato ex post; in particolare, nel corso di svolgimento delle lezioni on line sono previsti test intermedi di apprendimento ed esercitazioni; parallelamente il sistema di formazione a distanza consente al tutor ed al docente di "tracciare" il lavoro svolto dal singolo studente.

8.

MODELLI DIDATTICI: RAPPORTI STUDENTE-DOCENTE

Universitas Mercatorum, in quanto Ateneo Telematico, prevede l'erogazione della didattica in modalità e-learning: le discipline oggetto dei corsi di laurea sono cioè insegnate mediante internet grazie alle sue diverse potenzialità di fruizione. Il modello didattico di riferimento scelto prevede alternanza di autoformazione assistita dal tutor e interazioni on line sia di tipo SINCRONO (basato sulla simultaneità) sia di tipo ASINCRONO (non basato sulla simultaneità) con docente, tutor e gruppo classe.

Il corso di laurea è composto da varie materie di studio, suddivise in semestri e annualità. Per ogni materia di studio è predisposto un percorso didattico suddiviso in Unità didattiche. Ogni Unità didattica è a sua volta composta da diversi tipi di Learning Objects (unità di contenuto didattico): lezioni, esercitazioni, test di autoverifica, momenti di attività col docente, con il tutor o col gruppo classe tra i quali, incontri on line mediante la piattaforma aula virtuale.

Lo studente quindi dispone per ogni materia di studio di:

- una guida sintetica al percorso didattico denominata **workbook**, che, integrata dall'agenda didattica, ha l'obiettivo di scandire i tempi e i ritmi della formazione;
- l'accesso al **percorso didattico on line** mediante la piattaforma Blackboard, da cui attingono:
 - i testi delle lezioni;
 - le slide e i commenti audio o video del docente;
 - i sussidi didattici previsti dal docente, anche in forma multimediale;
 - le esercitazioni e i test di autovalutazione in itinere sia a risposta oggettiva, sia a risposta aperta;
 - bibliografia e link interessanti.

L'utilizzo di tecnologie informatiche per l'apprendimento impone che lo studente sia opportunamente affiancato da figure specialistiche in grado di supportarlo con continuità sugli aspetti contenutistici e metodologico - didattici, e di aiutarlo nella risoluzione di eventuali problemi di natura tecnologica che possono insorgere. Per queste ragioni, è stato messo a punto un modello di tutoring on line che prevede, accanto alla presenza del docente, il supporto di tutor didattici, tutor di materia e tutor tecnologici.

Al termine del percorso di studio di ogni singola materia, lo studente prenota il proprio esame che si svolge in presenza, presso la sede dell'Università Telematica, sita in Roma, via Appia Pignatelli, 62.

UNIVERSITAS MERCATORUM E SISTEMA CAMERALE

Lo studente di Universitas Mercatorum accede ipso facto alle risorse informative che sono generate dal Sistema delle Camere di commercio; in particolare, riceverà informazioni relative a convegni e seminari di interesse disciplinare; potrà accedere alle biblioteche delle Camere di commercio aderenti al Consorzio; riceverà pubblicazioni prodotte nell'ambito del Sistema; sarà aggiornato con continuità sulle iniziative legate alla cultura economica che si sviluppano intorno alle Camere di commercio italiane.

Sarà informato delle iniziative di Universitas Mercatorum e potrà partecipare alle medesime. Analogamente avrà accesso alle iniziative delle Camere di commercio che partecipano al Consorzio costitutivo dell'Ateneo.