

Tasso di Superamento Esami (Analisi 2023)

Esami sostenuti nell'AA di erogazione dell'insegnamento per Coorte

Attività didattica per anno di corso	AA di Erogazione dell'AD							
	2019/20 (#)		2020/21 (#)		2021/22 (#)		2022/23 (*)	

Dipartimento di Comunicazione ed Economia

LM Management e comunicazione d'impresa (D.M. 270/04)

Anno di Corso: 1		Obbligatorio	Esami Sostenibili	Esami Sostenuti	%	Voto Medio	Esami Sostenibili	Esami Sostenuti	%	Voto Medio	Esami Sostenibili	Esami Sostenuti	%	Voto Medio	Esami Sostenibili	Esami Sostenuti	%	Voto Medio
Analisi statistica dei dati per la ricerca di mercato	MCI09CO01	S	223	57	26%	23,2	282	59	21%	24,0	248	48	19%	23,9	99	6	6%	25,3
Analisi strategica per il posizionamento competitivo	MCI06CF01	S	114	81	71%	24,4	119	88	74%	23,5	99	65	66%	23,3	38	16	42%	24,4
Analisi strategica per il posizionamento di marketing	MCI06CII01	S	116	53	46%	25,0	171	122	71%	25,3	153	103	67%	26,5	61	40	66%	25,3
Business planning e controllo strategico	SCI06CO02	S	224	172	77%	26,4	287	202	70%	27,2	249	175	70%	27,1	99	57	58%	26,9
Comunicazione interna e relazioni di lavoro	MCI06CII02	S	118	95	81%	25,9												
Diritto dell'economia dei mercati	MCI09CO02	S	230	135	59%	26,6	287	142	49%	26,4	253	139	55%	26,6	99	24	24%	25,6
Gestione della comunicazione finanziaria	MCI12CII03	S	115	33	29%	25,7	166	33	20%	23,8	152	35	23%	24,3	61	6	10%	24,0
Gestione delle risorse umane	MCI06CF02	S	117	75	64%	23,9	125	89	71%	25,6	102	70	69%	25,7	38	21	55%	24,8
Organizzazione delle relazioni di lavoro	MCI06CII8	S					176	116	66%	25,1	153	102	67%	25,3	61	42	69%	26,1
Psicologia applicata	MCI12CII04	S	118	76	64%	27,7	173	137	79%	28,0	153	118	77%	27,8	61	43	70%	27,4
Psicologia della persuasione	MCI06CF04	S	112	70	63%	24,6	120	83	69%	25,2	100	78	78%	25,5	39	21	54%	24,1
Strumenti e mercati finanziari	MCI12CF03	S	112	47	42%	25,3	118	52	44%	24,3	99	46	46%	25,5	38	15	39%	26,6
Comunicazione delle imprese creative	PECI06PU01	N	6	1	17%	27,0	11	3	27%	28,0								
Comunicazione pubblicitaria e immagine di marca	MCI06CII05	N	8	2	25%	29,5	13	7	54%	27,4								
Design Research	PICI06CO02	N					11	4	36%	27,0	10	5	50%	30,0				
Diritto delle risorse umane	MCILS02	N	129	74	57%	29,0	156	103	66%	28,1	136	93	68%	28,4	23	14	61%	28,4

Attività didattica per anno di corso		AA di Erogazione dell'AD																
		2019/20 (#)				2020/21 (#)				2021/22 (#)				2022/23 (*)				
Ethics, Sustainability and Social Responsibility	MCI06LS05	N					32	26	81%	28,4								
Etica, sostenibilità e comunicazione d'impresa	MCI06LS07	N									23	8	35%	26,4				
Finanza e credito sostenibile per le imprese	MCI06LS04	N					30	14	47%	28,6								
Gestione delle imprese internazionali	EDIPA09I15	N	6	3	50%	29,0												
Informatica	MOI09CO04	N	7	6	86%	28,0	8	5	63%	26,0								
Laboratorio di strategie e creatività pubblicitarie	PECI06PU02	N	15	5	33%	30,0	11	5	45%	29,6					11	6	55%	29,0
Marketing and Management Camp	MCI06CO03	N	14				37								13	7	54%	27,0
Semiotica	SCO09CO07	N													6	5	83%	28,8
Semiotica della pubblicità	MCI06LS01	N	58	25	43%	26,9												
Social media e comunicazione multimediale	PICI09D01	N					32	7	22%	24,6	9	1	11%	30,0				
Sociologia dell'innovazione	SCO09CI02	N					58	29	50%	26,4	111	95	86%	28,2	26	22	85%	29,0
Strategia di marca e comunicazione digitale	MCI06LS06	N									95	29	31%	25,8				
Web Data Science	PICI06LS02	N					6	1	17%	30,0								
			1.842	1.010	55%		2.429	1.327	55%		2.145	1.210	56%		773	345	45%	

Attività didattica per anno di corso		AA di Erogazione dell'AD																
		2019/20 (#)					2020/21 (#)				2021/22 (#)				2022/23 (*)			
Anno di Corso: 2		Obbliga- torio	Esami Sostenibili	Esami Sostenuti	%	Voto Medio	Esami Sostenibili	Esami Sostenuti	%	Voto Medio	Esami Sostenibili	Esami Sostenuti	%	Voto Medio	Esami Sostenibili	Esami Sostenuti	%	Voto Medio
Bilancio e modelli di reporting	MCI09CF07	S	94	52	55%	24,7	102	66	65%	26,0	96	52	54%	24,2	85	43	51%	25,6
Comunicazione pubblicitaria e immagine di marca	MCI06CII05	S	77	69	90%	27,1	105	89	85%	27,2	134	120	90%	27,4	131	104	79%	26,2
Finanza per la crescita	MCI06CF09	S	94	65	69%	26,7	101	72	71%	27,6	93	64	69%	23,7	81	52	64%	25,8
Organizzazione e management della cultura e della creatività	MCI06CII07	S	75	63	84%	26,5	106	95	90%	27,2	141	132	94%	28,1	130	99	76%	27,1
Pianificazione della comunicazione d'impresa	MCI09CII08	S	75	57	76%	26,4	102	65	64%	26,5	140	110	79%	24,2	133	99	74%	24,6
Scenari economici e competitivi	MCI12CF06	S	93	52	56%	24,6	99	64	65%	24,3	94	55	59%	23,6	81	31	38%	25,0
Storia dei consumi e modelli di marketing	MCI12CII06	S	74	62	84%	26,0	103	78	76%	26,6	136	114	84%	26,2	132	47	36%	24,2
Strategia e management della sostenibilità	MCI06CF08	S	95	78	82%	27,5	105	89	85%	27,1	97	81	84%	26,2	82	61	74%	26,7
Tecniche di raccolta dei dati	MCI06GM01	S					100	75	75%	24,5	94	75	80%	25,0	81	64	79%	25,7
Tirocinio/altre attività	MCI06STAGE	S	146	62	42%		183	68	37%		207	105	51%		191	42	22%	
Competenze trasversali sulla sostenibilità	AC-29	N					14	14	100%									
Diritto delle risorse umane	MCILS02	N	7	3	43%	26,7												
Finanza e credito sostenibile per le imprese	MCI06LS04	N					12	8	67%	27,5								
Marketing and Management Camp	MCI06CO03	N													6	4	67%	25,3
Semiotica della pubblicità	PECI06C13	N	7	1	14%	26,0	10	7	70%	27,6								
Sociologia dei consumi	PECI09CO06	N	12	8	67%	25,0												
Strategia di marca e comunicazione digitale	MCI06LS06	N									6	2	33%	22,0				
			849	572	67%		1.142	790	69%		1.238	910	74%		1.133	646	57%	

Attività didattica per anno di corso	AA di Erogazione dell'AD			
	2019/20 (#)	2020/21 (#)	2021/22 (#)	2022/23 (*)

NOTE:

(#) Esami Sostenuti per AA 20XX/XX+1 di erogazione dell'insegnamento entro il 31/12/20XX+1

(*) Esami Sostenuti per AA 20XX/XX+1 di erogazione dell'insegnamento entro il 30/09/20XX+1

Sono visualizzati gli insegnamenti NON obbligatori con più con almeno 5 "Esami Sostenibili"

Dati estratti dal Data Mart in data 03/10/2023