

SYLLABUS

MASTER UNIVERSITARIO DI PRIMO LIVELLO IN FINTECH E PAGAMENTI DIGITALI - MAFIN

Anno Accademico 2026/2027

Insegnamento: Banca tech e Fintech

La Banca e le nuove tecnologie: un business model in evoluzione

Obiettivi e competenze del Corso

Il Corso intende fornire ai partecipanti - attraverso un *mix* di teoria (anche con l'analisi di pubblicazioni, articoli, etc), casi studio e discussioni di gruppo - una panoramica dell'evoluzione e delle prospettive, sia in termini di rischi che di opportunità, introdotte nel settore bancario e finanziario dalla *digital transformation*.

Contenuti

1. Cos'è una banca?... i diversi business model
2. La Banca fintech: evoluzione di un modello
3. Impatto della digitalizzazione, dell'intelligenza artificiale, del cloud e del cyber risk, nel settore finanziario e stato di adozione delle innovazioni tecnologiche applicate ai servizi finanziari
4. Challenger banks: tra i protagonisti del mondo fintech
5. Modelli di supervisione e i nuovi rischi collegati all'evoluzione tecnologica (Digital Finance Package: regolamenti MICA e DORA)
6. Digitalizzazione dei pagamenti e le criptovalute
7. Euro digitale: quale futuro?
8. Workshop - Salone dei pagamenti

Regolamentazione giuridica del Fintech e dei pagamenti digitali

Obiettivi e competenze del Corso

Il corso si propone di offrire una panoramica sulla regolamentazione giuridica del settore Fintech, con un focus sul quadro normativo europeo e italiano in materia di pagamenti digitali. Attraverso l'analisi dell'impatto della normativa sulle tecnologie e sui modelli di business, gli studenti acquisiranno una comprensione approfondita delle sfide e delle opportunità del settore. Inoltre, lo studio di casi pratici e della giurisprudenza rilevante consentirà di sviluppare capacità di analisi critica e applicazione concreta delle normative.

Contenuti

1. Introduzione alla regolamentazione del Fintech
2. Normativa sui pagamenti digitali
3. Profili giuridici delle innovazioni Fintech
4. Giurisprudenza e casi pratici

Insegnamento: Ecosistema dei pagamenti digitali

Seconda parte

1. Introduzione e contesto
 - Architettura dei pagamenti
 - Evoluzione dei digital asset e il loro ruolo nell'economia digitale
 - Classificazione: criptovalute, stablecoin, token di pagamento, token ibridi
2. Criptovalute come mezzo di pagamento
 - Adozione nei merchant: use case (es. retail, viaggi, e-commerce)
 - Vantaggi e criticità: volatilità, regolamentazione, user experience
3. Stablecoin: bridge tra crypto e valute fiat
 - Cos'è una stablecoin e come funziona (senza approfondimenti tecnici)
 - Casi d'uso: pagamenti internazionali, rimesse, DeFi
 - Il ruolo di player come Circle (USDC), Tether
4. Business models & attori coinvolti
 - Wallet provider, exchange, gateway di pagamento crypto-friendly
 - Partnership tra player tradizionali e mondo crypto
 - Nuovi modelli di business per PSP, banche e fintech
5. Trend di mercato e regolamentazione
 - Direttiva MiCAR e impatti sui player europei
 - Evoluzione normativa globale e conseguenze sull'adozione

Seconda parte

1. DIGITAL ASSET

- Introduzione e contesto
- Criptovalute come mezzo di pagamento
- Stablecoin: bridge tra crypto e valute fiat
- Business models & attori coinvolti
- Trend di mercato e regolamentazione

2. DIGITAL EURO

- Introduzione al Digital Euro
- Differenze tra Digital Euro, stablecoin e crypto
- Use case del Digital Euro
- Implicazioni per banche e PSP
- Strategie dei player europei

3. PAGAMENTI STORIA EVOLUZIONE E CONTESTO

- Introduzione e contesto
- Storia e nascita degli Istituti Bancari
- I soggetti tecnici coinvolti e loro evoluzione nel tempo

4. FORME TECNICHE

- Introduzione e contesto
- Descrizione e regolamento
- Carte di Pagamento
- I soggetti coinvolti
- Regolamenti principali

Terza parte

1. Supervised learning: concetti base
2. Use case: credit scoring
3. Use case: anomaly detection

Testimonianze e visite aziendali in realtà di primaria importanza nel settore dei pagamenti digitali

Insegnamento: Fintech, innovazione e imprenditorialità

Obiettivi e competenze del Corso

Il corso si propone di offrire una panoramica sulle fonti di finanziamento dell'innovazione attraverso i canali del Private Capital, con un focus sul Venture Capital e sul Corporate Venture Capital. Gli studenti apprenderanno come si struttura il percorso di crescita di startup Fintech e Paytech, e avranno la possibilità di interagire direttamente con entrambi gli attori di questo ecosistema: gli imprenditori e i fondi di Venture Capital che permettono alle startup di affermarsi sul mercato.

Contenuti

1. Ecosistema delle startup

- Definizione e caratteristiche della startup innovativa
- Panoramica dell'ecosistema delle startup fintech e paytech
- Analisi dei trend di mercato al livello mondo, Europa e Italia

2. Sviluppare e validare un'idea di business

- Come intercettare e generare nuove idee di business
- I 6 fattori chiave per il successo di una startup: team, mercato, traction, tecnologia, modello di business e competizione
- Strumenti per progettare un business model vincente (Business Model Canvas)
- Le strategie di crescita e il posizionamento
- Testimonianza: startup Fintech/Paytech

3. Venture Capital Financing

- Cos'è il Venture Capital e come funziona
- Le diverse fasi di finanziamento: pre-seed, seed, early stage, growth capital
- I principali operatori di Venture Capital: corporate venture capital, angel investor, incubatori/acceleratori, fondi TT
- Logiche di investimento, rischio e rendimento
- Case study di operazioni di VC in Italia

4. Come si valuta una startup Fintech/Paytech

- Metodo dei multipli di mercato
- Venture Capital Method

5. Il processo di investimento in una startup Fintech o Paytech

- Scouting: identificare le opportunità di investimento

- Screening e due diligence: le verifiche preliminari: legale, tecnica, finanziaria e di compliance
- Il term sheet: la negoziazione e le clausole più utilizzate
- Finalizzazione ed erogazione dei fondi
- Testimonianza di un fondo che investe nel Fintech/Paytech

Insegnamento: Corporate Finance

Obiettivi e competenze del Corso

Il corso fornisce agli studenti una preparazione solida e applicativa in finanza aziendale, con particolare riferimento alle imprese fintech e ai servizi di pagamento digitale. L'obiettivo è sviluppare competenze operative utili a comprendere le decisioni finanziarie delle imprese lungo l'intero ciclo di vita, dalla gestione ordinaria fino alle operazioni di finanza straordinaria. Il corso è strutturato in due parti complementari:

- una prima parte dedicata alla finanza ordinaria d'impresa, con forte focus pratico e utilizzo di Excel;
- una seconda parte dedicata alla finanza straordinaria, con applicazioni specifiche alle imprese fintech e paytech, ai processi di crescita e alle operazioni sul capitale.

Contenuti:

Parte I – Finanza per le imprese (focus pratico)

1. Analisi di bilancio e lettura delle performance economico-finanziarie
2. Gestione della liquidità e del capitale circolante
 - fabbisogno finanziario
 - gestione dei flussi di cassa
 - esercizi applicativi su Excel
3. Determinazione dei flussi di cassa
 - cash flow operativo, free cash flow
 - analisi della dinamica finanziaria
 - applicazioni su Excel
4. Decisioni di investimento
 - criteri di valutazione (VAN, TIR, Payback)
 - analisi di progetti di investimento

- esercizi su Excel
- 5. Leva finanziaria e struttura finanziaria dell'impresa
- 6. Costo del capitale e applicazioni pratiche

Parte II – Finanza straordinaria e crescita delle imprese fintech e paytech

1. Valutazione d'impresa
 - principali metodi di valutazione
 - applicazioni alle imprese fintech e paytech
2. Finanza straordinaria applicata al fintech e paytech
 - crescita interna ed esterna
 - fusioni e acquisizioni (M&A)
 - partnership strategiche
3. Operazioni sul capitale
 - quotazione e accesso ai mercati finanziari
4. Evoluzione e crescita delle imprese fintech e paytech
 - confronto con il modello bancario tradizionale
 - processi di scaling e consolidamento

Metodologia didattica

Il corso combina lezioni frontali, discussione di casi applicativi ed esercitazioni pratiche su Excel con l'obiettivo di fornire strumenti immediatamente spendibili in ambito professionale.

Insegnamento: Tecnologie digitali per il Fintech

Obiettivi e competenze del Corso

Gli studenti acquisiranno una comprensione di base delle tecnologie digitali che abilitano i servizi nel contesto del FinTech. sviluppando competenze per interagire efficacemente con gli esperti IT dei progetti di innovazione digitale. Acquisiranno una solida base nelle architetture dei sistemi informativi, e delle opzioni strategiche per implementarle. Acquisiranno le basi della programmazione con Python, e saranno introdotti ai principi di tecnologie emergenti nel Fintech quali blockchain, machine learning e intelligenza artificiale generativa. Attraverso lezioni attive e progetti pratici, svilupperanno una visione sistemica su come integrare tecnologie digitali per soluzioni innovative nel FinTech.

Contenuti

1. Analisi delle tendenze tecnologiche emergenti nel settore Fintech e il loro potenziale impatto
2. Introduzione alle architetture dei sistemi informativi
3. Principi base di blockchain
4. Fondamenti del machine learning e intelligenza artificiale generativa applicati al contesto finanziario
5. Manipolazione dati con Pandas
6. Calcolo numerico veloce con NumPy
7. Principi base della programmazione con esercitazioni pratiche in Python: analisi dati e visualizzazione dati
8. Assistente finanziario Intelligence con LLM locali e GraphRAG

Insegnamento: Comunicazione digitale nel Fintech

Obiettivi e competenze del Corso

Le lezioni hanno come obiettivo far conoscere la differenza tra comunicazione e informazione.

Quali sono gli strumenti differenti e come vanno utilizzati.

Costruire una coscienza critica sui messaggi da dare e gestire l'uso delle parole e dei differenti strumenti per comunicare in modo più efficace.

Lezioni con manager di primari gruppi bancari e finanziari per confronti diretti.

Contenuti

1. Come funziona un giornale. Come funziona un ufficio stampa - Spiegare le differenze e raccontare come si lavora in una redazione capendo ruoli e organizzazione di un quotidiano. Spiegare cosa è e cosa fa un ufficio stampa. Ruolo e struttura lavorativa.
2. Lezione con testimone giornalista per fare il confronto tra comunicare e informare.
3. I mezzi di comunicazione: tv, giornali, social, radio - Ognuno di questi strumenti nasce in un determinato periodo e ha uno scopo preciso. Raccontarne la storia e l'utilità. Raccontare casi eccellenti positivi e negativi. Far lavorare i ragazzi sugli strumenti per allenarli a comunicare.
4. Lezione con testimone.
5. Come si scrive un articolo, come si scrive un comunicato come si scrive e perché si scrive un comunicato? - Che differenza c'è con una nota stampa? E cosa distingue il comunicato dell'articolo di giornale? Deontologia del giornalista e storia del giornalismo per raccontare come ufficio stampa

e giornale convivano e debbano collaborare. Far esercitare i ragazzi sui due strumenti e insegnare loro la titolazione e il lavoro del desk.

6. Lezione con testimone.
7. La pubblicità - Cosa è e che funziona ha? Come e che messaggi manda? Cosa è un publiredazionale? La pubblicità usata per i passaggi generazionali o per raccontare l'evoluzione dell'azienda.
8. Lezione con testimone.
9. La comunicazione nel mondo dei pagamenti digitali - Come si comunica oggi il tema fintech? Raccontare casi pratici e far esercitare i ragazzi a comunicare una loro ipotetica startup dedicata a questo settore.
10. Lezione con testimone.
11. Comunicazione nell'era dell'Intelligenza Artificiale - La comunicazione si avvale della AI e come? Mostrare casi di successo e di insuccesso. L'AI porta nuove idee di comunicazione? Sostituirà la fantasia e l'estro umano? Perché serve ancora oggi sapere scrivere?
12. Lezione con testimone.

Insegnamento: Brand management

Obiettivi e competenze del Corso

Il modulo analizza le strategie e gli strumenti per costruire, rafforzare e proteggere la brand equity di operatori nel settore dei servizi finanziari digitali e dei pagamenti. In un contesto ad alta innovazione e forte concorrenza, si esploreranno le leve distintive di posizionamento, le sfide reputazionali e le opportunità offerte dalla trasformazione digitale e dalla customer experience data-driven.

Contenuti

1. Lezione introduttiva al master e al corso (con saluto direttori e docenti)
2. I principali modelli di riferimento per la costruzione della marca e il posizionamento strategico nei servizi digitali e finanziari;
3. La definizione dell'identità di marca nel contesto Fintech: elementi tangibili e intangibili che concorrono a creare valore per clienti e stakeholder;
4. Le tecniche e gli strumenti per rafforzare il posizionamento competitivo e la reputazione in ambienti ad alta complessità e rapida evoluzione;
5. L'impatto dei media digitali e dei canali social sulla percezione e la credibilità del brand, con particolare attenzione al rischio reputazionale e alla gestione della fiducia;
6. Le strategie di brand purpose, trasparenza e responsabilità sociale come leve di costruzione della relazione con stakeholder consapevoli e digitalmente evoluti.

Insegnamento: Project Work Lab

Obiettivi e competenze del Corso

Il cambiamento organizzativo è un fenomeno fisiologico in ogni organizzazione privata e pubblica indotto da fenomeni ambientali e in particolare dall'innovazione tecnologica, dai mutamenti demografici e sociali, dagli eventi geopolitici e da altri fattori. I settori finanziario e bancario sono particolarmente esposti alle forze del cambiamento e devono costruire capacità e strumenti per affrontare il fenomeno.

Contenuti

L'insegnamento prevede la combinazione di tre attività complementari volte a sviluppare le capacità di base per la gestione di un cambiamento organizzativo:

1. la prima attività, di carattere teorico, è volta a fornire gli elementi essenziali delle principali teorie dell'organizzazione e a sviluppare il concetto di cambiamento organizzativo.
2. la seconda attività è volta a sviluppare capacità di interpretazione del cambiamento organizzativo per analizzare il processo nei contesti caratterizzati da elevata complessità strategica e organizzativa, attraverso l'analisi di casi aziendali e la rielaborazione critica di testimonianze aziendali che costituiranno materiale di indagine per gli studenti.
3. la terza attività consiste nell'analisi di un caso aziendale e nella proposta di soluzioni per la gestione del processo. Questa attività sarà condotta in piccoli gruppi e gli elaborati prodotti dagli studenti saranno oggetto di presentazione e discussione, nonché della valutazione finale del corso.
4. Elaborazione e sviluppo in aula del Business case che sarà oggetto di valutazione finale e sarà esposto dai gruppi a conclusione del Master MAFIN.

Il corso è condotto con una metodologia didattica attiva che prevede sia lezioni frontali, sia il contributo degli studenti attraverso analisi di casi, discussioni e on-site visita. È responsabilità degli studenti preparare i casi e i materiali didattici resi disponibili di volta in volta dal docente.