PIANO DI STUDI

Corso di laurea magistrale in MARKETING E COMUNICAZIONE PER LE AZIENDE (Classe LM-77)

Obiettivo del Corso di Laurea Magistrale in Marketing e Comunicazione per le Aziende è creare figure professionali con capacità tecniche e manageriali di alta qualificazione per la gestione dei rapporti tra impresa e mercato. L'offerta didattica è finalizzata da un lato allo sviluppo di capacità atte a consentire un futuro continuo aggiornamento delle conoscenze, dall'altro all'acquisizione di conoscenze e capacità operative per la formulazione e gestione delle strategie competitive e di marketing delle imprese, funzionali alla: comprensione dei processi evolutivi della disciplina di marketing; apprendimento di concetti, linguaggi e modelli tratti dalla statistica e dall'informatica, funzionali al marketing; formulazione delle strategie competitive e delle scelte strategiche di marketing delle imprese; programmazione delle politiche di marketing, con particolare riferimento alle politiche di comunicazione e alla valorizzazione di internet; valorizzazione delle risorse umane coinvolte nel coordinamento dei processi di marketing.

	Per accedere a questa laurea magistrale occorre che lo studente abbia acquisito le conoscenze di base				
Accesso	dei settori scientifico disciplinari SECS/P07 e SECS/P08 e le conoscenze di base di Marketing.				
	Deve in particolare avere adeguate nozioni sui seguenti argomenti: struttura e funzionamento delle				
	imprese; economia e direzione aziendale; contabilità e bilancio; filosofia gestionale del marketing e				
	principali concetti e metodologie per la formulazione ed attuazione delle strategie e delle politiche				
	operative di marketing.				
	Inoltre, qualora lo studente non abbia acquisito prima dell'iscrizione a questa laurea magistrale le				
	conoscenze di base di matematica, economia politica e di istituzioni di diritto privato, che non risultano				
	propedeutiche per seguire gli insegnamenti impartiti nel corso di laurea ma fanno parte del bagaglio				
	culturale indispensabile per la figura professionale in uscita, egli dovrà seguire obbligatoriamente uno				
	specifico curriculum che, pur garantendo la formazione specialistica propria di questo corso di laurea,				
	gli consenta di acquisire durante il corso di studi le conoscenze mancanti.				
	L'ammissione al corso di laurea magistrale è subordinata, oltre che al possesso dei requisiti curricolari				
	sopra citati, anche al superamento della verifica dell'adeguatezza della personale preparazione dello				
	studente (VPP), che si riterrà assolta con il conseguimento della laurea triennale con una votazione				
	minima di 95/110. Per gli studenti con una votazione inferiore, la verifica della personale preparazione				
	dello studente verrà effettuata da un'apposita commissione (Commissione Didattica di Economia)				
	mediante la valutazione del curriculum vitae ed un eventuale colloquio che permetteranno di accertare				
	il possesso delle competenze ritenute necessarie per intraprendere con successo il corso di studi.				
Modalità della Didattica	La didattica del corso di laurea è interamente in presenza				
Durata del Corso	E' di 2 anni				
Piano di Studio	La compilazione dei piani di studio avviane on line accedendo al portarle ESSE3 - Può essere				
	effettuata dal 1 ottobre al 20 dicembre – Il Piano proposto dallo studente sarà approvato a seguito di				
	verifica da parte della Commissione didattica.				
Propedeuticità	L'esame di Economia Politica, se presente nel piano di studi, è propedeutico agli esami di:				
	- Economia dell'Innovazione				
	- Economia della Globalizzazione				
Commissione Didattica	La Commissione Didattica, nominata dal Consiglio della Scuola, è unica per tutti i Corsi di laurea				
	attivati dalla Scuola di Economia. Essa è composta da professori di ruolo di prima e seconda fascia e				
	da ricercatori, resta in carica per un anno ed è rinnovabile.				
Curriculum	Il Corso non prevede curricula				
Modalità di Passaggio fra	Nell'eventualità che siano presenti diversi curricula, il passaggio da uno dei curricula ad un altro della				
curricula	medesima Laurea magistrale è subordinato all'approvazione del Consiglio della Scuola, sentito il				
	parere della Commissione Didattica, il quale delibererà tenendo conto dei crediti già conseguiti				
	coerenti con il nuovo curriculum, garantendo comunque il riconoscimento di almeno il 50% dei CFU				
	già acquisiti.				
Part-Time	La modalità a tempo parziale comporta lo svolgimento dei medesimi esami della modalità a tempo				
	pieno, con la sola differenza che gli insegnamenti sono distribuiti su 3 anni anziché su 2. La				
	suddivisione del percorso formativo è stata fatta considerando le propedeuticità che possono essere				
	più idonee per gli iscritti e cercando di agevolare il carico didattico annuale				

PIANO DI STUDI A TEMPO PIENO Corso di Laurea in MARKETING E COMUNICAZIONE PER LE AZIENDE (Classe LM-77) Anno Accademico 2018/2019

1°anno	SSD	CFU	TAF
Strategia e management d'impresa	SECS-P/08	8	C
Marketing corso progredito	SECS-P/08	8	С
Matematica e statistica di base o, se già sostenuto,	SECS-S/06		
N.1 insegnamento in opzione fra i 2 seguenti:	3233 3, 33	_	
Metodi quantitativi per il management	SECS-S/06 SECS-	8	С
Metodi statistici per il marketing	S/01		
Economia politica o, se già sostenuto,	CECC D/01	8	С
Analisi di scenario	SECS-P/01	٥	C
Istituzioni di diritto privato <i>o, se già sostenuto,</i> Marketing delle imprese Agroalimentari	IUS/01	8	_
istituzioni di diritto privato <i>o, se gia sosteriato,</i> iviarketing delle imprese Agroalimentari	AGR/01	٥	Α
Lingua inglese II (idoneità)	L-LIN/12	6	Α
N.1 insegnamento in opzione fra i 2 seguenti:			
Comunicazione aziendale e internet marketing	SECS-P/08	8	С
Pianificazione e gestione delle vendite	SECS-P/08	8	С
N.1 insegnamento in opzione fra i 2 seguenti:			
Sistemi Informativi per l'azienda ed il mercato	INF/01	8	Α
Gestione della qualità totale	SECS-P/13	8	Α
2°anno			
Marketing internazionale corso progredito	SECS-P/08	8	С
Gestione dei mercati business to business	SECS-P/08	8	С
N.1 insegnamento in opzione fra i 2 seguenti:			
Diritto industriale	IUS/04	6	С
Diritto del commercio e dei mercati finanziari 1	IUS/04	6	С
N.1 insegnamento in opzione fra i 2 seguenti:			
Economia dell'innovazione	SECS-P/02	8	С
Economia della globalizzazione	SECS-P/06	8	С
*a scelta dello studente (Art.10, D.M. 270/04)		12	
Prova finale		16	
TOTALE CREDITI		120	

^{* 8} CFU: Art. 10, comma 5, lett. a) del D.M. 270/2004 "attività formative autonomamente scelte dallo studente purché coerenti con il progetto formativo":

^{* 4} CFU: Art. 10, comma 5, lett. d) del D.M. 270/2004 "attività formative [...], volte ad acquisire ulteriori conoscenze linguistiche, nonché abilità informatiche e telematiche, relazionali, o comunque utili per l'inserimento nel mondo del lavoro, nonché attività formative volte ad agevolare le scelte professionali, mediante la conoscenza diretta del settore lavorativo cui il titolo di studio può dare accesso, tra cui, in particolare, i tirocini formativi e di orientamento di cui al decreto 25 marzo 1998, n. 142, del Ministero del lavoro".

PIANO DI STUDI A TEMPO PARZIALE Corso di Laurea in MARKETING E COMUNICAZIONE PER LE AZIENDE (Classe LM-77) Anno Accademico 2018/2019

1°anno		Totale 38	
1 anno	SSD	CFU	TAF
	SECS-S/06	CFU	IAF
Matematica e statistica di base <i>o, se già sostenuto</i> , uno a scelta fra i seguenti 2 Metodi statistici per il marketing Metodi quantitativi per il management	SECS-5/06 SECS-5/01 SECS-5/06	8	С
Economia Politica <i>o, se già sostenuto,</i> Analisi di scenario	SECS-P/01	8	С
Istituzioni di diritto privato o, se già sostenuto, Marketing delle imprese Agroalimentari	IUS/01 AGR/01	8	А
Lingua inglese II (idoneità)	L-LIN/12	6	Α
Marketing corso progredito	SECS-P/08	8	С
2°anno		Totale 40	
Gestione dei mercati business to business	SECS-P/08	8	С
Marketing internazionale corso progredito	SECS-P/08	8	С
Strategia e management d'impresa	SECS-P/08	8	С
N.1 insegnamento in opzione fra i 2 seguenti:			
Gestione della qualità totale	SECS-P/13	8	Α
Sistemi informativi per l'azienda ed il mercato	INF/01	8	Α
N.1 insegnamento in opzione fra i 2 seguenti:			
Comunicazione aziendale e internet marketing	SECS-P/08	8	С
Pianificazione e gestione delle vendite	SECS-P/08	8	С
3°anno		Totale 42	
N.1 insegnamento in opzione fra i 2 seguenti:			
Diritto industriale	IUS/04	6	С
Diritto della sicurezza del lavoro 1	IUS/07	6	С
N.1 insegnamento in opzione fra i 3 seguenti:			
Economia dell'innovazione	SECS-P/02	8	С
Economia della globalizzazione	SECS-P/06	8	С
*a scelta dello studente (Art.10, lett, f comm. 5, D.M. 270/04)		12	
Prova finale		16	E
TOTALE CREDITI	<u></u>	120	

^{* 8} CFU: Art. 10, comma 5, lett. a) del D.M. 270/2004 "attività formative autonomamente scelte dallo studente purché coerenti con il progetto formativo";

^{* 4} CFU: Art. 10, comma 5, lett. d) del D.M. 270/2004 "attività formative [...], volte ad acquisire ulteriori conoscenze linguistiche, nonché abilità informatiche e telematiche, relazionali, o comunque utili per l'inserimento nel mondo del lavoro, nonché attività formative volte ad agevolare le scelte professionali, mediante la conoscenza diretta del settore lavorativo cui il titolo di studio può dare accesso, tra cui, in particolare, i tirocini formativi e di orientamento di cui al decreto 25 marzo 1998, n. 142, del Ministero del lavoro".