



PIANO DI STUDI A TEMPO PIENO
Corso di Laurea in MARKETING E COMUNICAZIONE PER LE AZIENDE (Classe LM-77)
CURRICULUM CONSUMER MARKETING
Anno Accademico 2025/2026

1°anno	SSD	CFU	TAF
Strategia d'impresa e di Mercato	SECS-P/08	8	C
Marketing e Mercati Internazionali	SECS-P/08	8	C
Comunicazione aziendale e Digital Marketing	SECS-P/08	6	C
<ul style="list-style-type: none"> • Digital Marketing Strategy e Online Communication • Laboratorio di Web Analytics 		2	
Matematica e statistica di base o, <i>se già sostenuto</i> , N.1 insegnamento in opzione fra i 3 seguenti:	SECS-S/06	6	C
<ul style="list-style-type: none"> • Metodi quantitativi per il management • Metodi statistici per il marketing • Data management per lo sviluppo dei mercati 	SECS-S/06		
	SECS-S/01 SECS-S/03		
Economia politica o, <i>se già sostenuto</i> , Analisi e Previsioni Economiche	SECS-P/01	8	C
Business English II (idoneità)	L-LIN/12	6	A
N.1 insegnamento in opzione fra i 2 seguenti:		8	A
<ul style="list-style-type: none"> • <i>Produzione, Qualità e Sostenibilità</i> • <i>Sustainable Agri-Food Marketing</i> 	SECS-P/13 AGR/01		
2°anno			
Marketing e Consumer Behavior	SECS-P/08	8	C
Comunicazione Aziendale e Digital Marketing	SECS-P/08	6	C
<ul style="list-style-type: none"> • Marketing e comunicazione della sostenibilità • Laboratorio di digital branding e storytelling 		4	
Market research, data intelligence e neuromarketing	SECS-P/08	6	C
<ul style="list-style-type: none"> • Analisi di mercato e strategie data-driven • Laboratorio di AI e neuromarketing 		4	
N.1 insegnamento in opzione fra i 2 seguenti:			
<ul style="list-style-type: none"> • <i>Diritto industriale</i> • <i>Diritto del commercio e dei mercati finanziari</i> 	IUS/04 IUS/04	6 6	C C
N.1 insegnamento in opzione fra i 2 seguenti:			
<ul style="list-style-type: none"> • <i>Economia dell'innovazione</i> • <i>Economia della globalizzazione</i> 	SECS-P/06 SECS-P/06	6 6	C C
a scelta dello studente (Art.10, D.M. 270/04) <i>vedi note a piè pagina</i>		12	AAF
Prova finale		16	AAF
TOTALE CREDITI		120	

(1) 8 CFU a libera scelta: studenti e studentesse hanno la possibilità di scegliere autonomamente di seguire delle attività formative di proprio interesse per un totale di 8 CFU. Le attività devono essere coerenti con il percorso di studio e con il progetto personale e professionale di ogni studente e studentessa. Possono essere scelte tra: insegnamenti offerti dal proprio corso di studi (ad esempio, un insegnamento che non è stato selezionato tra quelli indicati come opzionali); insegnamenti offerti da altri corsi di studi purché coerenti con il percorso formativo; seminari; laboratori didattici; stage/tirocinio.

(2) 4 CFU a scelta: studenti e studentesse hanno la possibilità di svolgere ulteriori attività formative utili per ampliare il proprio profilo professionale. Possono essere scelte tra: insegnamenti offerti dal proprio corso di studi (ad esempio, un insegnamento che non è stato selezionato tra quelli indicati come opzionali); insegnamenti offerti da altri corsi di studi purché coerenti con il percorso formativo; seminari; laboratori didattici; stage/tirocinio; certificazioni linguistiche e/o informatiche.



PIANO DI STUDI A TEMPO PIENO
Corso di Laurea in MARKETING E COMUNICAZIONE PER LE AZIENDE (Classe LM-77)
CURRICULUM BUSINESS MARKETING
Anno Accademico 2025/2026

1°anno	SSD	CFU	TAF
Strategia d'impresa e di Mercato	SECS-P/08	8	C
Marketing e Mercati Internazionali	SECS-P/08	8	C
Comunicazione aziendale e Digital Marketing	SECS-P/08	6	C
<ul style="list-style-type: none"> • Digital Marketing Strategy e Online Communication • Laboratorio di Web Analytics 		2	
Matematica e statistica di base o, se già sostenuto, N.1 insegnamento in opzione fra i 3 seguenti:	SECS-S/06	6	C
<ul style="list-style-type: none"> • Metodi quantitativi per il management • Metodi statistici per il marketing • Data management per lo sviluppo dei mercati 	SECS-S/06		
	SECS-S/01 SECS-S/03		
Economia politica o, se già sostenuto, Analisi e Previsioni Economiche	SECS-P/01	8	C
Business English II (idoneità)	L-LIN/12	6	A
N.1 insegnamento in opzione fra i 2 seguenti:	SECS-P/13 AGR/01	8	A
<ul style="list-style-type: none"> • <i>Produzione, Qualità e Sostenibilità</i> • <i>Sustainable Agri-Food Marketing</i> 			
2°anno			
Marketing Business to Business	SECS-P/08	8	C
Logistica e supply chain	SECS-P/08	6	C
<ul style="list-style-type: none"> • Logistica integrata d'impresa • Laboratorio di digital e green logistics 		4	
Marketing channels e sales management	SECS-P/08	6	C
<ul style="list-style-type: none"> • Sales e E-commerce management • Laboratorio di AI e Customer Relationship Management 		4	
N.1 insegnamento in opzione fra i 2 seguenti:			
<i>Diritto industriale</i>	IUS/04	6	C
<i>Diritto del commercio e dei mercati finanziari</i>	IUS/04	6	C
N.1 insegnamento in opzione fra i 2 seguenti:			
<i>Economia dell'innovazione</i>	SECS-P/06	6	C
<i>Economia della globalizzazione</i>	SECS-P/06	6	C
a scelta dello studente (Art.10, D.M. 270/04) vedi note a piè pagina		12	AAF
Prova finale		16	AAF
TOTALE CREDITI		120	

(1) 8 CFU a libera scelta: studenti e studentesse hanno la possibilità di scegliere autonomamente di seguire delle attività formative di proprio interesse per un totale di 8 CFU. Le attività devono essere coerenti con il percorso di studio e con il progetto personale e professionale di ogni studente e studentessa. Possono essere scelte tra: insegnamenti offerti dal proprio corso di studi (ad esempio, un insegnamento che non è stato selezionato tra quelli indicati come opzionali); insegnamenti offerti da altri corsi di studi purché coerenti con il percorso formativo; seminari; laboratori didattici; stage/tirocinio.

(2) 4 CFU a scelta: studenti e studentesse hanno la possibilità di svolgere ulteriori attività formative utili per ampliare il proprio profilo professionale. Possono essere scelte tra: insegnamenti offerti dal proprio corso di studi (ad esempio, un insegnamento che non è stato selezionato tra quelli indicati come opzionali); insegnamenti offerti da altri corsi di studi purché coerenti con il percorso formativo; seminari; laboratori didattici; stage/tirocinio; certificazioni linguistiche e/o informatiche.



PIANO DI STUDI A TEMPO PARZIALE
Corso di Laurea in MARKETING E COMUNICAZIONE PER LE AZIENDE (Classe LM-77)
CURRICULUM CONSUMER MARKETING
Anno Accademico 2025/2026

1°anno	SSD	CFU	TAF
Strategia d'impresa e di Mercato	SECS-P/08	8	C
Marketing e Mercati Internazionali	SECS-P/08	8	C
Comunicazione aziendale e Digital Marketing	SECS-P/08	6	C
<ul style="list-style-type: none"> • Digital Marketing Strategy e Online Communication • Laboratorio di Web Analytics 		2	
Matematica e statistica di base o, <i>se già sostenuto</i> , N.1 insegnamento in opzione fra i 3 seguenti:	SECS-S/06	6	C
<ul style="list-style-type: none"> • Metodi quantitativi per il management • Metodi statistici per il marketing • Data management per lo sviluppo dei mercati 	SECS-S/06		
	SECS-S/01 SECS-S/03		
2°anno		30	
Economia politica o, <i>se già sostenuto</i> , Analisi e Previsioni Economiche	SECS-P/01	8	C
Business English II (idoneità)	L-LIN/12	6	A
N.1 insegnamento in opzione fra i 2 seguenti:		8	A
<ul style="list-style-type: none"> • <i>Produzione, Qualità e Sostenibilità</i> • <i>Sustainable Agri-Food Marketing</i> 	SECS-P/13 AGR/01		
Marketing e Consumer Behavior	SECS-P/08	8	C
3°anno		30	
Comunicazione Aziendale e Digital Marketing	SECS-P/08	6	C
<ul style="list-style-type: none"> • Marketing e comunicazione della sostenibilità • Laboratorio di digital branding e storytelling 		4	
Market research, data intelligence e neuromarketing	SECS-P/08	6	C
<ul style="list-style-type: none"> • Analisi di mercato e strategie data-driven • Laboratorio di AI e neuromarketing 		4	
N.1 insegnamento in opzione fra i 2 seguenti:			
<ul style="list-style-type: none"> • <i>Diritto industriale</i> • <i>Diritto del commercio e dei mercati finanziari</i> 	IUS/04 IUS/04	6 6	C C
N.1 insegnamento in opzione fra i 2 seguenti:			
<ul style="list-style-type: none"> • <i>Economia dell'innovazione</i> • <i>Economia della globalizzazione</i> 	SECS-P/06 SECS-P/06	6 6	C C
4°anno		32	
a scelta dello studente (Art.10, D.M. 270/04) <i>vedi note a piè pagina</i>		12	AAF
Prova finale		16	AAF
TOTALE CREDITI		120	

(1) 8 CFU a libera scelta: studenti e studentesse hanno la possibilità di scegliere autonomamente di seguire delle attività formative di proprio interesse per un totale di 8 CFU. Le attività devono essere coerenti con il percorso di studio e con il progetto personale e professionale di ogni studente e studentessa. Possono essere scelte tra: insegnamenti offerti dal proprio corso di studi (ad esempio, un insegnamento che non è stato selezionato tra quelli indicati come opzionali); insegnamenti offerti da altri corsi di studi purché coerenti con il percorso formativo; seminari; laboratori didattici; stage/tirocinio.

(2) 4 CFU a scelta: studenti e studentesse hanno la possibilità di svolgere ulteriori attività formative utili per ampliare il proprio profilo professionale. Possono essere scelte tra: insegnamenti offerti dal proprio corso di studi (ad esempio, un insegnamento che non è stato selezionato tra quelli indicati come opzionali); insegnamenti offerti da altri corsi di studi purché coerenti con il percorso formativo; seminari; laboratori didattici; stage/tirocinio; certificazioni linguistiche e/o informatiche.



PIANO DI STUDI A TEMPO PARZIALE
Corso di Laurea in MARKETING E COMUNICAZIONE PER LE AZIENDE (Classe LM-77)
CURRICULUM BUSINESS MARKETING
Anno Accademico 2025/2026

1°anno	SSD	CFU	TAF
Strategia d'impresa e di Mercato	SECS-P/08	8	C
Marketing e Mercati Internazionali	SECS-P/08	8	C
Comunicazione aziendale e Digital Marketing	SECS-P/08	6	C
<ul style="list-style-type: none"> • Digital Marketing Strategy e Online Communication • Laboratorio di Web Analytics 		2	
Matematica e statistica di base o, <i>se già sostenuto</i> , N.1 insegnamento in opzione fra i 3 seguenti:	SECS-S/06	6	C
<ul style="list-style-type: none"> • Metodi quantitativi per il management • Metodi statistici per il marketing • Data management per lo sviluppo dei mercati 	SECS-S/06		
	SECS-S/01		
	SECS-S/03		
2°anno		30	
Economia politica o, <i>se già sostenuto</i> , Analisi e Previsioni Economiche	SECS-P/01	8	C
Business English II (idoneità)	L-LIN/12	6	A
N.1 insegnamento in opzione fra i 2 seguenti:	SECS-P/13 AGR/01	8	A
<ul style="list-style-type: none"> • <i>Produzione, Qualità e Sostenibilità</i> • <i>Sustainable Agri-Food Marketing</i> 			
Marketing Business to Business	SECS-P/08	8	C
3°anno		30	
Logistica e supply chain	SECS-P/08	6	C
<ul style="list-style-type: none"> • Logistica integrata d'impresa • Laboratorio di digital e green logistics 		4	
Marketing channels e sales management	SECS-P/08	6	C
<ul style="list-style-type: none"> • Sales e E-commerce management • Laboratorio di AI e Customer Relationship Management 		4	
N.1 insegnamento in opzione fra i 2 seguenti:			
<ul style="list-style-type: none"> • <i>Diritto industriale</i> 	IUS/04	6	C
<ul style="list-style-type: none"> • <i>Diritto del commercio e dei mercati finanziari</i> 	IUS/04	6	C
N.1 insegnamento in opzione fra i 2 seguenti:			
<ul style="list-style-type: none"> • <i>Economia dell'innovazione</i> 	SECS-P/06	6	C
<ul style="list-style-type: none"> • <i>Economia della globalizzazione</i> 	SECS-P/06	6	C
3°anno		32	
a scelta dello studente (Art.10, D.M. 270/04) <i>vedi note a piè pagina</i>		12	AAF
Prova finale		16	AAF
TOTALE CREDITI		120	

(1) 8 CFU a libera scelta: studenti e studentesse hanno la possibilità di scegliere autonomamente di seguire delle attività formative di proprio interesse per un totale di 8 CFU. Le attività devono essere coerenti con il percorso di studio e con il progetto personale e professionale di ogni studente e studentessa. Possono essere scelte tra: insegnamenti offerti dal proprio corso di studi (ad esempio, un insegnamento che non è stato selezionato tra quelli indicati come opzionali); insegnamenti offerti da altri corsi di studi purché coerenti con il percorso formativo; seminari; laboratori didattici; stage/tirocinio.

(2) 4 CFU a scelta: studenti e studentesse hanno la possibilità di svolgere ulteriori attività formative utili per ampliare il proprio profilo professionale. Possono essere scelte tra: insegnamenti offerti dal proprio corso di studi (ad esempio, un insegnamento che non è stato selezionato tra quelli indicati come opzionali); insegnamenti offerti da altri corsi di studi purché coerenti con il percorso formativo; seminari; laboratori didattici; stage/tirocinio; certificazioni linguistiche e/o informatiche.