



1506
UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI URBINO
CARLO BO

DESP
DIPARTIMENTO DI
ECONOMIA, SOCIETÀ, POLITICA

Scuola di
Economia



CORSO DI LAUREA MAGISTRALE IN

MARKETING E COMUNICAZIONE PER LE AZIENDE

LM-77 classe delle lauree magistrali in scienze economico-aziendali

Obiettivi formativi

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 fra impresa e mercato. L'offerta didattica è finalizzata sia allo sviluppo di capacità atte a consentire un futuro continuo aggiornamento delle conoscenze, sia all'acquisizione di competenze multi-settoriali necessarie per la formulazione e gestione delle strategie competitive e di marketing delle imprese che operano in settori e contesti anche diversi tra loro.

Dopo un primo anno in comune, il corso prevede due curricula:

- il curriculum Consumer Marketing fornisce conoscenze specifiche per operare nel mercato dei beni di consumo, attraverso l'acquisizione di competenze mirate a comprendere la cultura del consumatore e l'influenza delle variabili psico-sociali sul suo comportamento, i principi e gli strumenti della comunicazione digitale, le tecniche necessarie per raccogliere, elaborare e interpretare i dati attraverso ricerche di mercato tradizionali e innovative come il neuromarketing.
- il curriculum Business Marketing offre una formazione specialistica rivolta alle esigenze delle imprese che operano nei settori dei beni industriali e strumentali e dei servizi avanzati, affiancando alle competenze di comunicazione e marketing una conoscenza approfondita dei processi di produzione, logistica, qualità, sistemi informativi evoluti, digitalizzazione, il tutto per un efficace sviluppo delle relazioni di business con i clienti.

Le metodologie didattiche adottate prevedono la partecipazione attiva degli studenti, con esercitazioni e discussioni di casi volte a sviluppare la capacità di leggere e interpretare testi complessi, di comunicare e lavorare in gruppo, di applicare le tecniche studiate e di orientamento al problem solving. Funzionali all'incremento di queste capacità sono i tirocini presso le imprese, la partecipazione a visite aziendali, l'organizzazione di seminari e testimonianze con imprenditori, dirigenti e manager e la preparazione della tesi di laurea.

Prospettive occupazionali

Il Corso permette sbocchi professionali, con ruoli manageriali anche di alto livello, nell'ambito della funzione di marketing, in molteplici settori, sia in ambito business che consumer. Le opzioni previste consentono, infatti, approfondimenti finalizzati all'inserimento nelle grandi o nelle piccole e medie imprese dei settori industriale, manifatturiero, commerciale, agroalimentare, turistico o dei servizi, nel campo della consulenza e delle nuove professioni connesse allo sviluppo delle tecnologie dell'informatica e della comunicazione.

Il Corso prepara alle professioni di: specialisti nei rapporti con il mercato (Direzione Commerciale, Marketing, Vendite); specialisti nelle pubbliche relazioni e nell'immagine; specialisti in comunicazione.

Modalità di accesso

Corso ad accesso libero. Per informazioni circa la compatibilità del proprio curriculum di studi ed i requisiti per l'accesso si veda quanto riportato sul sito internet della Scuola di Economia oppure si contatti info.economia@uniurb.it

È prevista una prova di verifica della personale preparazione (VPP) secondo le modalità del Regolamento Didattico del Corso. Vedi "Link utili in questa scheda".

Lo sai che...

La Scuola è fortemente legata con il mondo del lavoro, tramite l'organizzazione di stage con oltre 3.000 aziende per far acquisire esperienza operativa. I nostri laureati in Marketing sono stati assunti in aziende come L'Oreal, Biesse Group, Maserati, Schnell, Calvin Klein, Aeffe, Wurth, Bayer, Eden Viaggi, Decathlon. Ogni anno la Scuola seleziona le migliori tesi di laurea magistrale e le segnala a imprese, istituzioni e associazioni di categoria del territorio.

Informazioni Docenti/Tutor di riferimento

Presidente del Corso di Laurea:

Prof.ssa Elisabetta Savelli - Email elisabetta.savelli@uniurb.it

Responsabile Commissione Piani di Studio:

Prof.ssa Laura Gardini - Email cdidattica.economia@uniurb.it

Commissione Orientamento e Promozione:

Email promo.economia@uniurb.it

Servizio tutorato: Email tutor.economia@uniurb.it

Segreteria Didattica Scuola di Economia

via Saffi, 42 - Urbino - Tel. 0722 305545-501-500

Email scuola.economia@uniurb.it

Supporto immatricolazioni e gestione carriere

Consulta il sito www.uniurb.it/iscrizioni

Scopri le FAQ su www.uniurb.it/faq

Apri un ticket su helpme.uniurb.it

Contatta il numero +39 0722 303030

Link Utili

www.uniurb.it/corsi/1756940

MARKETING E COMUNICAZIONE PER LE AZIENDE

Curriculum CONSUMER MARKETING

Primo anno	CFU
Strategia d'Impresa e di Mercato	8
Marketing e Mercati Internazionali	8
Matematica e Statistica di Base o, se già sostenuto, Un insegnamento in opzione tra i due seguenti:	8
- Metodi Quantitativi per il Management - Metodi Statistici per il Marketing	
Economia Politica o, se già sostenuto, Analisi e Previsioni Economiche	8
Istituzioni di Diritto Privato o, se già sostenuto, Sustainable Agri-food Marketing	8
Business English II (idoneità)	6
Un insegnamento in opzione tra i due seguenti:	8
- Data Management per lo Sviluppo dei Mercati - Produzione, Qualità e Sostenibilità	
Secondo anno	
Marketing e Consumer Behaviour	8
Comunicazione Aziendale e Digital Marketing	8
Un insegnamento in opzione tra i due seguenti:	6
- Diritto Industriale - Diritto del Commercio e dei Mercati Finanziari	
Un insegnamento in opzione tra i due seguenti:	8
- Economia dell'Innovazione - Economia della Globalizzazione	
Un insegnamento in opzione tra i due seguenti:	8
- Marketing Research e Neuromarketing - Sales e Channel Management	
A scelta dello studente (*).	12
Tesi di laurea	16

Curriculum BUSINESS MARKETING

Primo anno	CFU
Strategia d'Impresa e di Mercato	8
Marketing e Mercati Internazionali	8
Matematica e Statistica di Base o, se già sostenuto, Un insegnamento in opzione tra i due seguenti:	8
- Metodi Quantitativi per il Management - Metodi Statistici per il Marketing	
Economia Politica o, se già sostenuto, Analisi e Previsioni Economiche	8
Istituzioni di Diritto Privato o, se già sostenuto, Sustainable Agri-food Marketing	8
Business English II (idoneità)	6
Un insegnamento in opzione tra i due seguenti:	8
- Data Management per lo Sviluppo dei Mercati - Produzione, Qualità e Sostenibilità	
Secondo anno	
Marketing Business to Business	8
Logistica Integrata d'Impresa	8
Un insegnamento in opzione tra i due seguenti:	6
- Diritto Industriale - Diritto del Commercio e dei Mercati Finanziari	
Un insegnamento in opzione tra i due seguenti:	8
- Economia dell'Innovazione - Economia della Globalizzazione	
Un insegnamento in opzione tra i due seguenti:	8
- Digital e Service Innovation - Sales e Channel Management	
A scelta dello studente (*).	12
Tesi di laurea	16

Verificare con la Scuola la presenza di eventuali propedeuticità.

[*] 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".