

**Corso di laurea specialistica in**  
**Marketing e comunicazione (Classe 84/S)**

Obiettivi formativi specifici:

Il corso si propone di formare figure professionali in grado di operare in aziende private e pubbliche nell'area del Marketing e della Comunicazione interna, sia in una prospettiva strategica che operativa.

Le aree specifiche nelle quali si svilupperà l'attività formativa attengono:

- al saper leggere le evoluzioni della società con particolare riferimento al comportamento del consumatore ed all'evoluzione dei modelli di acquisto;
- all'approfondimento della conoscenza in merito alle tecniche di sviluppo e lancio di nuovi prodotti, di progettazione ed allestimento della supply chain, alle valutazioni di rischio ed alle condotte etiche delle imprese nei rapporti con il mercato ed i pubblici di riferimento in generale;
- alle modalità di comunicazione, con particolare riguardo alla comunicazione interpersonale ed intra-aziendale, nonché alle tecniche del linguaggio pubblicitario e delle relazioni pubbliche;
- all'utilizzo delle modalità telematiche di commercializzazione, comunicazione e marketing delle imprese.

In relazione alle caratteristiche dello sviluppo economico del territorio, che vede una prevalenza di piccole e medie imprese, si prevedono appositi approfondimenti sul marketing e sulla comunicazione per le organizzazioni di minori dimensioni.

I partecipanti al corso dovranno essere in grado di utilizzare almeno due lingue oltre all'italiano, ed in particolare dovranno dimostrare di saper dialogare correntemente nella lingua inglese.

Sulla base di una solida impostazione metodologica, il metodo didattico sarà di tipo attivo, tendente al coinvolgimento diretto dei partecipanti. La didattica sarà completata da interventi di testimoni privilegiati operanti in impresa nelle aree del marketing e della comunicazione, e di esperti che producono servizi di marketing e comunicazione.

Gli insegnamenti saranno impartiti con modalità intensive all'interno dei due semestri, distribuendoli in parte all'inizio del semestre ed in parte a metà del semestre.

Le prove di esame si terranno per i frequentanti immediatamente al termine dei rispettivi insegnamenti.

Il laureato specialistico in Marketing e Comunicazione potrà aspirare a ricoprire posizioni manageriali nel contesto dell'area commerciale e delle pubbliche relazioni sia in imprese private che in aziende non profit o aziende pubbliche.

Potrà anche aspirare a svolgere ruoli manageriali nel campo della comunicazione interna nonché ad allestire proprie proposte imprenditoriali nell'area della fornitura di servizi di marketing e comunicazione

**Caratteristiche della prova finale:**

La prova finale consiste nella discussione di un project work fondato su una rigorosa impostazione metodologica ed orientato ad approfondire anche operativamente temi connessi al marketing ed alla comunicazione di azienda.

Il project work sarà elaborato sotto la guida di un docente ed eventualmente di un tutor aziendale.

<b>CdLS in Marketing e comunicazione (Classe 84/s)</b>	
<b>Insegnamenti</b>	<b>CFU</b>
<b>I ANNO DEL BIENNIO</b>	
<b>Businnes Plan e strategie d'impresa</b>	<b>4</b>
<b>Analisi fondamentale dei mercati</b>	4
<b>Storia della comunicazione</b>	4
<b>Modelli contabili di comunicazione d'impresa</b>	4
<b>Organizzazione della comunicazione interna</b>	4
<b>Economia e tecnica della comunicazione</b>	4
<b>Internet marketing and e-commerce</b>	<b>4</b>
<b>Diritto industriale</b>	4
<b>Diritto dell'Unione Europea: dell'informazione e dell'informatica</b>	4
<b>Sociologia dei consumi e della comunicazione</b>	4
<b>Teoria e tecnica delle rilevazioni campionarie</b>	4
<b>Economia e tecnica delle relazioni pubbliche</b>	4
<b>Finanza aziendale</b>	4
<b>Logistica e Supply Chain Management</b>	4
<b>Sociologia dei processi economici del lavoro</b>	4
	60
<b>II ANNO DEL BIENNIO</b>	
<b>Corporate identity and image</b>	<b>4</b>
<b>Crisis management</b>	2
<b>Economia dell'innovazione</b>	4

<b>La dimensione etica del marketing</b>	4
<b>Il marketing per le aziende non profit</b>	2
<b>Storia e teoria della mobilità sociale e dei flussi migratori</b>	4
<b>Trade marketing and category management</b>	2
<b>Customer relationship e product development management</b>	2
	12
	4
<b>Prova finale</b>	20
	60
	120