

Piano di studi 2013.2014 corso di Laurea Magistrale in

MARKETING E RICERCHE DI MERCATO

Classe LM-77 - Scienze economico-aziendali

I Anno

CFU	CFU materia	Disciplina	Settore Scientifico-Disciplinare	Tipologia CFU
9	9	Marketing management	SECS-P/08	9C
9	9	Indagini campionarie	SECS-S/01	9C
9	9	Analisi e ricerche di marketing	SECS-P/08	9C
6	6	Analisi del comportamento del consumatore	SECS-P/08	6C
9	9	Statistica per le ricerche di mercato	SECS-S/01	9C
6	A scelta nella seguente rosa:			6C
	6	Diritto industriale e della concorrenza	IUS/04	
	6	Diritto dell'informatica	IUS/05	
	6	<i>European Economic Law</i>	IUS/05	
12	A scelta nella seguente rosa:			12C
	12	Industrial organization e teoria dei giochi	SECS-P/01	
	6	Economia industriale	SECS-P/01	
	6	Economia dell'informazione	SECS-P/01	
	6	Storia del management	SECS-P/12	

II Anno

CFU	CFU materia	Disciplina	Settore Scientifico-Disciplinare	Tipologia CFU
9	9	Storia dei consumi	SECS-P/12	9C
6	6	Economia e gestione delle imprese commerciali II	SECS-P/08	6C
6	A scelta nella seguente rosa:			6A
	6	Marketing dei servizi	SECS-P/08	
	6	Marketing e qualità del prodotto	SECS-P/13	
	6	<i>Consumer Culture Theory</i>	SECS-P/08	
6	A scelta nella seguente rosa:			6A
	6	Modelli demografici per la ricerca di mercato	SECS-S/04	
	6	Analisi esplorativa dei dati	SECS-S/01	
	6	<i>Population, Poverty and Development in the Global World</i>	SECS-S/06	
	6	<i>Advanced Statistics</i>	SECS-S/01	
12		A scelta dello studente		
21		Prova finale		

Attività formative a libera scelta dello studente:

1. sono inseribili esami di lauree magistrali del Dipartimento di Economia e Management in accordo alle delibere del proprio corso di studio. Per il sostenimento di altri esami è necessario richiedere autorizzazione al proprio corso di studio.
2. sono inseribili crediti maturati nell'ambito di attività di stage/tirocinio nel rispetto dei vincoli orari/di CFU indicati nella sezione "stage e job placement" del sito.
3. sono inseribili insegnamenti, tra quelli non ancora sostenuti, di cui all'elenco dell' "International semester";
4. non possono essere inseriti insegnamenti da 5 o 10 CFU in quanto disattivati.
5. non è possibile inserire insegnamenti che palesino una ripetizione di attività didattica già presente nel proprio regolamento (es: Bilancio di Economia Aziendale vs Valutazione di bilancio di Economia e Commercio; Organizzazione delle aziende industriali di Management e Controllo e Organizzazione delle aziende industriali di Strategia, management e controllo).

Prova finale:

La prova finale per il conseguimento della laurea magistrale in Marketing e Ricerche di Mercato consiste nell'elaborazione, presentazione e discussione, dinanzi ad una apposita commissione, di una tesi di laurea magistrale.

La tesi qualifica il percorso formativo ed è il risultato di una attività di ricerca, svolta sotto la guida di un docente relatore, su un tema riconducibile alle discipline che caratterizzano il corso di laurea.

Nella tesi lo studente deve dimostrare padronanza delle basi metodologiche degli ambiti disciplinari rilevanti e deve approfondire un argomento specifico sviluppando aspetti teorici, applicativi e di natura empirica. Più in dettaglio, consiste in un progetto di ricerca che parte dalla selezione di un problema di natura pratico operativa, anche attraverso il ricorso alla collaborazione di imprese ed enti. Nella sezione teorica il problema oggetto di analisi è collocato nell'ambito della letteratura di riferimento. A ciò segue una sezione metodologica per la selezione dei metodi appropriati per la raccolta dei dati alla quale segue la sezione empirica in cui lo studente provvede alla raccolta e analisi dei dati: primari o secondari, qualitativi o quantitativi, a seconda delle caratteristiche del problema oggetto di analisi.