

**Rendiconto consuntivo (art. 8, co. 2, lett. a del Regolamento Master)
per l'attivazione a.a. 2022-2023**

Dipartimento di Management

Facoltà di Economia

Master di I livello in Marketing Management

**RELAZIONE SULLE ATTIVITÀ DIDATTICHE E SUGLI ESITI
FORMATIVI RELATIVA ALL'ULTIMA EDIZIONE CONCLUSA
(anno accademico 2020-2021)**

Iscritti	n. 16
Tasso di conseguimento o titolo	100% discussione elaborato finale previsto entro giugno 2021
Attività didattiche svolte (con particolare riferimento a stage e tirocini)	<p>La didattica è stata articolata in moduli che hanno previsto la trattazione di argomenti in linea con finalità atte a sviluppare specifici profili professionali nell'ambito del marketing con particolare attenzione alla loro evoluzione.</p> <p>L'attività formativa, pari circa 700 ore dedicate all'attività di didattica frontale ha previsto la trattazione dei seguenti insegnamenti:</p> <p>Moduli didattici:</p> <p>Modulo 1 - BUSINESS ADMINISTRATION</p> <p>Contenuti:</p> <p>Introduzione all'economia d'impresa; Market driven management; Controllo di gestione; Organizzazione aziendale; Human resources; Strategie d'impresa; Business ethics.</p> <p>Modulo 2 - MARKETING MANAGEMENT</p> <p>Contenuti:</p> <p>Sezione Conoscenza e strategie di mercato: La sezione Conoscenza e Strategie di mercato affronta i temi del marketing analitico e strategico che, valutata l'attrattività dei mercati e la competitività dell'impresa, porta alla definizione del mercato obiettivo, del posizionamento, delle strategie di marketing</p> <p>Sezione product offering management: La sezione Product Offering management tratta la gestione del sistema di offerta, nelle sue componenti: funzionale (prodotto, servizio), simbolica (marca), strumentale (comunicazione, distribuzione, vendita), economica (prezzo). Vengono affrontati dunque tutti gli argomenti fondamentali ai fini dell'attuazione di un piano di marketing</p> <p>Sezione Marketing and Corporate Communication: La sezione dedicata alla Corporate Communication si approfondiscono le principali aree della comunicazione</p>

d'impresa con un'attenzione particolare alla comunicazione di marketing e all'advertising.

Sezione Digital Marketing:

L'area Digital Marketing, vera frontiera del marketing management, è ampliata e arricchita rispetto alle passate edizioni, per adeguare sempre più il profilo degli allievi in uscita alla domanda di professionalità delle imprese.

L'obiettivo è acquisire una visione ampia delle contaminazioni digitali del marketing management e sviluppare competenze tecniche adeguate: analisi dei mercati virtuali, strumenti di comunicazione e relazione con i clienti e gli stakeholder, nuovi strumenti e logiche strategico-operative.

Modulo 3 SPONSORED MARKETING PROJECTS

Modulo 4 MANAGEMENT TOOLS E SOFT SKILLS

Modulo 5 MUMM HIGHLIGHTS

Contenuti: webinar di approfondimento e di discussione con personalità del mondo accademico e imprenditoriale

Modulo 6 BUSINESS ENGLISH

Durante il periodo di tirocinio, gli allievi elaboreranno un project work formativo professionalizzante che dovranno discutere dinanzi ad una Commissione ufficiale per il conseguimento del Diploma di Master (date previste per la discussione maggio/giugno 2021)

Alla giornata di presentazione pubblica del Master sono intervenuti manager delle aziende partner nonché docenti che partecipano alle attività formative.

L'edizione XIX del Master, a partire dal mese di Marzo, si è svolta interamente in modalità a distanza, ma le occasioni di confronto tra mondo accademico e manageriale sui temi di attualità del marketing sono state comunque organizzate con l'intervento di grandi personalità del mondo delle imprese, delle istituzioni, dell'accademia.

La visita aziendale per l'edizione in fase di conclusione è stata organizzata presso:

- Castello BANFI, Montalcino

Sono stati attivati i tirocini extracurricolari e curricolari necessari per l'acquisizione dei crediti formativi previsti dal piano formativo per tutti i 16 allievi dell'edizione 2021.



Risultati formativi raggiunti	<p>Il Master in Marketing Management - MUMM, basandosi sulle più moderne forme di didattica attiva ha consentito di costruire profili professionali apprezzati dalle aziende assicurando il placement a tutti i propri allievi.</p> <p>L'attività d'aula è stata così ripartita:</p>	
	DI DATTICA FACE-TO-FACE:	
	- Lezioni e testimonianze aziendali	460 ore
	DIDIDATTICA ATTIVA	
	- Esercitazioni	100 ore
	- Casi aziendali	90 ore
	- Business Game	30 ore
	- Visite aziendali	20 ore
	<p>In particolare, è stata data grandissima importanza alle attività di gruppo – che hanno permesso agli allievi di acquisire maggiore capacità nella effettuazione di presentazioni formali, nella redazione di report su lavori ad hoc, nella predisposizione e presentazione di progetti – con la maturazione di quelle attitudini e competenze specifiche al team, che tanta rilevanza hanno oggi nella vita professionale. Più del 25% del monte ore complessivo di aula è stato dedicato a testimonianze aziendali e che hanno rappresentato importanti occasioni di confronto con il mondo produttivo.</p>	
Impegno dei docenti	<p>I docenti accademici, svolgendo attività di ricerca ad alto livello e divulgando i propri lavori originali in contesti scientifici rilevanti nazionali e internazionali, hanno trasferito agli allievi competenze innovative e contemporanee. A tutti i corsisti sono state puntualmente fornite le slide di tutte le lezioni del Corso nonché letture di approfondimento tratte dalla più recenti pubblicazioni scientifiche della Faculty. I docenti si sono, inoltre, resi disponibili per approfondimenti e per monitorare le attività degli allievi.</p>	



	<p>L'edizione XIX del Master, in considerazione dello svolgimento da remoto di tutte le attività previste dal piano formativo, ha visto una partecipazione attiva e costante di tutti i docenti della Faculty. Gli allievi sono stati costantemente tutorati nei lavori di gruppo e nella gestione dell'organizzazione dello studio</p>
Analisi delle opinioni degli studenti frequentanti	<p>Al termine di ogni area didattica, sono stati somministrati agli allievi del Master appositi questionari per la rilevazione della valutazione e del grado di soddisfazione. I campi del questionario hanno dato la possibilità di esprimere un giudizio sui contenuti dei singoli moduli didattici e sui docenti che hanno preso parte all'attività didattica, nonché segnalare eventuali osservazioni e suggerimenti.</p> <p>Le valutazioni sono state positive e costruttive e hanno evidenziato un alto grado di soddisfazione per l'attività svolta.</p>
Analisi degli esiti occupazionali	<p>Il Master offre:</p> <ul style="list-style-type: none">• Inoltro cv alle imprese• Supporto candidatura, monitoraggio processo selezione e feedback aziende• Presenza istituzionale su social network professionali• Network ex-allievi• Catalogo CV dei diplomati sul sito web istituzionale <p>Gli allievi, in costante contatto con la segreteria organizzativa del Master, hanno riferito sviluppi professionali positivi nel periodo successivo il termine del tirocinio.</p>

Il Direttore del Master
Prof. Alberto Pastore