



**Rendiconto consuntivo (art. 8, co. 2, lett. a del Regolamento Master)
per l'attivazione a.a. 2025-2026**

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 2023-2024)

Iscritti	n. 20
Tasso di conseguimen to titolo	100% discussione elaborato finale previsto entro giugno 2025
Attività didattiche svolte (con particolare riferimento a stage e tirocini)	La didattica è stata articolata in diversi moduli con l'obiettivo di sviluppare specifici profili professionali nell'ambito del Marketing management, attraverso il ricorso alle più moderne tecniche di didattica attiva, al coinvolgimento di docenti accademici e aziendali specializzati nelle diverse aree tematiche e all'approfondimento degli argomenti più rilevanti alla luce degli attuali trend evolutivi in ambito economico-manageriale. L'attività formativa, pari complessivamente a 1.500 ore, è stata svolta interamente in presenza, prevedendo lezioni frontali, testimonianze e studio di casi aziendali, project work (spesso in collaborazione con i manager delle imprese partner), esercitazioni, simulazioni di gestione, studio individuale e stage di progetto finale. La didattica è stata caratterizzata da una continua e costruttiva combinazione tra le più avanzate conoscenze accademiche e le più innovative pratiche manageriali. Le sopra menzionate attività sono state declinate in aula nei seguenti moduli didattici, a partire dal mese di Febbraio: Modulo 1 - BUSINESS MANAGEMENT E SOSTENIBILITA' Modulo 2 - MARKETING INTELLIGENC Modulo 3 - STRATEGIE DI MARKETING Modulo 4 - PRODUCT OFFERING Modulo 5 - CORPORATE AND MARKETING COMMUNICATION Modulo 6 - DIGITAL MARKETING Modulo 7 - DATA MANAGEMENT Modulo 8 - MARKETING FOCUS Modulo 9 - SPONSORED MARKETING PROJECTS Modulo 10 - MANAGEMENT TOOLS Modulo 11 - MUMM Highlights webinar di approfondimento e di discussione con personalità del mondo accademico e imprenditoriale Modulo 12 - BUSINESS ENGLISH



	Il Master MUMM si chiude con lo stage di progetto, ossia un tirocinio con una durata tra i tre e i sei mesi, che viene svolto sotto la supervisione di un tutor aziendale e di un docente del Master. Durante il periodo di tirocinio, gli allievi e le allieve elaborano un project work che si incentra su alcuni aspetti inerenti all'esperienza professionale vissuta in azienda. In tal modo, vengono messe a frutto le conoscenze acquisite durante i mesi di aula e si rafforzano specifiche competenze professionali. Il lavoro finale viene discusso dinanzi ad una Commissione ufficiale per il conseguimento del Diploma di Master (date previste per la discussione maggio/giugno 2025). Il programma didattico è stato arricchito, come ogni anno, da significative visite aziendali, durante le quali sono stati tenuti seminari a cura del management e sono stati presentati progetti di Marketing da parte delle allieve e degli allievi. In particolare, per l'edizione in fase di conclusione, le visite sono state organizzate presso: - Castello BANFI, Montalcino; - Universal Pictures Italia, Roma; - Saatchi&Saatchi, Roma; - IGT, Roma. Si evidenzia che, ad oggi, sono stati attivati n. 16 tirocini extracurricolari e curricolari necessari per l'acquisizione dei crediti formativi previsti dal piano formativo per le/gli allieve/i dell'edizione 2023/2024.
Risultati formativi raggiunti	Il Master in Marketing Management - MUMM ha consentito di costruire profili professionali apprezzati dalle aziende assicurando il placement a tutti i propri allievi e le proprie allieve. Tra i principali risultati formativi raggiunti, vi sono conoscenze, capacità e competenze relative ai seguenti ambiti del Marketing management: - Analisi strategica dello scenario macro-economico, della concorrenza, del mercato finale e del mercato intermedio; - Sviluppo di tutte le fasi della pianificazione di Marketing: Analisi, strategia, operation e budgeting; - Disegno e conduzione di ricerche qualitative e quantitative; - Analisi di segmentazione, targeting e brand positioning; - Innovazione di prodotto; - Progettazione di un brand; - Sviluppo di un Piano di Comunicazione; - Sviluppo di un Piano di Social media marketing; - Gestione delle leve della product offering; - Sviluppo di una content strategy; - Search marketing (SEO e paid search); - Definizione KPI e metriche di misurazione delle performance online e offline; - Elaborazione di un database con Excel e infografiche; - Sviluppo di un piano di Marketing;



	- Team working, grazie alle continue attività di lavoro in gruppo; - Reporting, grazie alla redazione di numerosi report finali per ogni progetto di gruppo realizzato; - Public speaking, grazie all'intervento in aula di docenti specializzati e alle continue presentazioni relative alle esercitazioni e ai project work; - Self presentation, in italiano e in inglese.
Impegno dei docenti	I docenti accademici, svolgendo attività di ricerca scientifica a livello nazionale e internazionale, hanno trasferito agli/allievi/e conoscenze rigorose e di frontiera. I docenti aziendali, specialisti nelle diverse discipline, hanno lavorato in modo interattivo con i discenti contribuendo allo sviluppo di competenze professionali specifiche e innovative. A tutti/e sono state puntualmente fornite le slide delle lezioni del Corso, nonché letture di approfondimento tratte dalle più recenti pubblicazioni accademiche e manageriali. L'edizione XXII del Master ha visto una partecipazione attiva e costante di tutti i docenti della Faculty. Questi ultimi si sono resi disponibili per approfondimenti e per monitorare le attività degli allievi e delle allieve e l'avanzamento delle conoscenze. Inoltre, gli/le allievi/e sono stati/e costantemente seguiti/e sotto il profilo didattico con una attività di tutoraggio personalizzato per i lavori di gruppo e, laddove necessario, per il supporto all'organizzazione individuale dello studio.
Analisi delle opinioni degli studenti frequentanti	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. Le valutazioni sono state positive e costruttive e hanno evidenziato un alto grado di soddisfazione per l'attività svolta.
Analisi degli esiti occupazionali	Il Master offre: • Inoltro CV alle imprese; • Mentoring personalizzato finalizzato al placement; • Supporto candidatura, monitoraggio processo selezione e feedback aziende; • Presenza istituzionale su social network professionali; • Network ex-allievi; Gli allievi e le allieve delle edizioni precedenti, in costante contatto con la segreteria organizzativa del Master, hanno riferito sviluppi professionali positivi nel periodo successivo il termine del tirocinio.

La Direttrice del Master
Prof.ssa Maria Vernuccio