

## Corso di Laurea Magistrale in Marketing (integralmente a distanza)

DESCRITTORI DI DUBLINO	I ANNO														II ANNO		elective		ulteriori attività			
	Key Topics in Today's Marketing	Qualitative Methods for Management	Quantitative Methods for Management	Individual Decision Making and Behavioral Strategy	Brand Management	Marketing Performance and Business' KPI	Marketing Law & Privacy	Integrated Marketing Communication	Design Thinking and Innovation Management	Omnichannel Approach to Retailing	Sustainability for Marketing	Digital and Social Media Marketing	AI and Marketing	Advanced data analysis and visualisation	Competenze Linguistiche	Internship/Project Work	Learning Innovation Activities	Prova Finale				
	SECS-P/08	SECS-P/08	SECS-S/03	SECS-P/01	SECS-P/08	SECS-P/08	IUS/05	M-FIL/05	SECS-P/10	SECS-P/08	SECS-P/08	SECS-P/08	SECS-P/08	SECS-P/08								
<b>Conoscenza e comprensione</b>																						
<p>L'acquisizione di conoscenze avanzate negli ambiti economico-aziendale, matematico-statistico, giuridico e delle teorie dei linguaggi applicati al marketing ha lo scopo di far acquisire ai laureati le conoscenze circa la corretta percezione e interpretazione dei segnali di cambiamento del mercato e la formulazione di una proposta di valore equilibrata. Al termine del corso lo studente avrà sviluppato la capacità di comprendere i nessi tra il valore generato per il cliente, l'ampiezza e la qualità delle relazioni di mercato.</p> <p>Le conoscenze sono acquisite attraverso le lezioni tenute dai docenti, le esercitazioni, i seminari, i convegni, le testimonianze tenute anche da ospiti esterni provenienti dal mondo accademico e professionale, le interviste a practitioner, tra i quali Alumni Luiss. Tutte queste attività si svolgeranno a distanza, online, con modalità sincrona e asincrona.</p>																						
<b>Area Aziendale:</b> Acquisizione di conoscenze specialistiche nell'ambito della funzione aziendale di marketing, sia per quanto riguarda la gestione dei processi e l'utilizzo delle leve di marketing, sia relativamente all'analisi dei dati quantitativi (c.d. big data) e qualitativi.	X	X		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X				X				
<b>Area Economica:</b> Acquisizione di conoscenze relative alla teoria dei consumi e all'applicazione della psicologia cognitiva alla comprensione delle decisioni economiche e al modo in cui queste influenzano i prezzi di mercato e l'allocazione delle risorse, nonché di strumenti di analisi e lettura delle fattispecie legate all'economia dell'innovazione, necessari per comprendere i vari processi afferenti le tecnologie di Internet e la rivoluzione digitale. Ulteriori conoscenze potranno essere acquisite studiando l'impatto sull'economia di processi di crescita direttamente dipendenti dalle tecnologie.				X									X									



## Corso di Laurea Magistrale in Marketing (integralmente a distanza)

DESCRITTORI DI DUBLINO	I ANNO														II ANNO		elective		ulteriori attività			
	Key Topics in Today's Marketing	Qualitative Methods for Management	Quantitative Methods for Management	Individual Decision Making and Behavioral Strategy	Brand Management	Marketing Performance and Business' KPI	Marketing Law & Privacy	Integrated Marketing Communication	Design Thinking and Innovation Management	Omnichannel Approach to Retailing	Sustainability for Marketing	Digital and Social Media Marketing	AI and Marketing	Advanced data analysis and visualisation	Competenze Linguistiche	Internship/Project Work	Learning Innovation Activities	Prova Finale				
	SECS-P/08	SECS-P/08	SECS-S/03	SECS-P/01	SECS-P/08	SECS-P/08	IUS/05	M-FIL/05	SECS-P/10	SECS-P/08	SECS-P/08	SECS-P/08	SECS-P/08	SECS-P/08								
<p><b>Area Competenze Linguistiche:</b>                      Il CdS è interamente erogato in lingua inglese; è inoltre prevista l'attivazione di un corso obbligatorio di lingua che lo studente potrà scegliere tra i seguenti: arabo, cinese, francese, italiano per stranieri, portoghese, russo, spagnolo, tedesco. Obiettivo del corso è aiutare ad acquisire ulteriori competenze linguistiche in particolare nei contesti business.                      I partecipanti trarranno vantaggio dallo studio di una vasta gamma di success-factors, concetti, competenze e strumenti relativi alle nuove dinamiche di business.</p>	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X								

## Corso di Laurea Magistrale in Marketing (integralmente a distanza)

DESCRITTORI DI DUBLINO	I ANNO														II ANNO		elective		ulteriori attività			
	Key Topics in Today's Marketing	Qualitative Methods for Management	Quantitative Methods for Management	Individual Decision Making and Behavioral Strategy	Brand Management	Marketing Performance and Business' KPI	Marketing Law & Privacy	Integrated Marketing Communication	Design Thinking and Innovation Management	Omnichannel Approach to Retailing	Sustainability for Marketing	Digital and Social Media Marketing	AI and Marketing	Advanced data analysis and visualisation	Competenze Linguistiche	Internship/Project Work	Learning Innovation Activities	Prova Finale				
	SECS-P/08	SECS-P/08	SECS-S/03	SECS-P/01	SECS-P/08	SECS-P/08	IUS/05	M-FIL/05	SECS-P/10	SECS-P/08	SECS-P/08	SECS-P/08	SECS-P/08	SECS-P/08								
<b>Capacità di applicare conoscenza e comprensione</b>																						
<p>Durante il percorso di studi lo studente acquisirà la capacità di utilizzare teorie e metodologie di analisi quantitativa e qualitativa di dati di mercato per la risoluzione di problematiche reali di marketing, tenendo anche in considerazione le norme giuridiche.</p> <p>Le capacità sono acquisite tramite lezioni frontali online (anche in modalità sincrona), lavori di gruppo, e discussioni in classe su piattaforme online, business game, case study, simulazioni, studio individuale e di gruppo dei materiali didattici di base e integrativi. La presenza di contenuti multimediali disponibili su piattaforme e-learning (video, slide, esercitazioni, forum, gruppi di lavoro, ecc.) consente di creare un'interazione permanente tra classe e docente. Gli strumenti di verifica consistono in prove scritte e/o orali, prove intermedie, project work individuali, lavori di gruppo, laboratori, presentazione di progetti.</p>																						
<p><b>Area Aziendale:</b> Le conoscenze sono acquisite attraverso la presentazione di modelli interpretativi di riferimento, l'approfondimento di tematiche riguardanti il topic del Marketing e gli ulteriori sviluppi di esse in chiave innovativa, la strutturazione di progetti pratici nel corso ed al termine del percorso di studi specialistico. La capacità di comprensione e di applicazione degli strumenti sarà riscontrata nei momenti di verifica al termine di ogni insegnamento e nel corso di prove e simulazioni da svolgersi durante l'anno.</p>	X	X		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X			X		X				
<p><b>Area Economica:</b> Durante il percorso di studi, lo studente acquisirà la capacità di comprendere la teoria dei consumi e il comportamento del consumatore e come questi possano influenzare le decisioni di marketing. Questo tipo di conoscenze non può prescindere dall'analisi del ruolo dell'innovazione nell'evoluzione delle teorie economiche classiche.</p>				X							X					X						



## Corso di Laurea Magistrale in Marketing (integralmente a distanza)

DESCRITTORI DI DUBLINO	I ANNO														II ANNO		elective		ulteriori attività			
	Key Topics in Today's Marketing	Qualitative Methods for Management	Quantitative Methods for Management	Individual Decision Making and Behavioral Strategy	Brand Management	Marketing Performance and Business' KPI	Marketing Law & Privacy	Integrated Marketing Communication	Design Thinking and Innovation Management	Omnichannel Approach to Retailing	Sustainability for Marketing	Digital and Social Media Marketing	AI and Marketing	Advanced data analysis and visualisation	Competenze Linguistiche	Internship/Project Work	Learning Innovation Activities	Prova Finale				
	SECS-P/08	SECS-P/08	SECS-S/03	SECS-P/01	SECS-P/08	SECS-P/08	IUS/05	M-FIL/05	SECS-P/10	SECS-P/08	SECS-P/08	SECS-P/08	SECS-P/08	SECS-P/08								
<b>Area Competenze Linguistiche:</b> Il corso intende sviluppare negli studenti maggiore sicurezza, accuratezza e fluidità nei contesti orali e scritti. Ciò sarà possibile grazie all'arricchimento del vocabolario, a una maggiore destrezza nell'uso del linguaggio applicato e di livello alto/formale, alla correzione di errori ricorrenti e soprattutto al raggiungimento di velocità nella traduzione immediata di concetti afferenti il business.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X								
<b>Autonomia di giudizio</b> Il modello educativo adottato nel CdS consentirà al laureato magistrale di acquisire un'elevata autonomia di giudizio e di valutazione su problemi di marketing e un'avanzata capacità di utilizzo delle nozioni e degli strumenti metodologici utili per la raccolta e l'interpretazione dei dati. Lo studente acquisirà capacità avanzate di analisi dei problemi e d'individuazione delle informazioni necessarie alla loro soluzione, anche con riferimento all'emergere di nuovi fenomeni di rilievo per il marketing. Nello specifico, saranno adeguatamente sviluppate le competenze di pensiero critico, di problem solving, di autogestione, di team-work, di relazione e comunicazione, che andranno a valorizzare e a rendere maggiormente spendibili le competenze disciplinari	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X		X		X				





