



Regolamento didattico

Corso di Laurea Magistrale in Marketing ai sensi del D.M. 22 ottobre 2004, n. 270 e decreti successivi

Direttore del Corso di Studi: Prof. Francisco Villarroel Ordenes fvillarroel@luiss.it

Denominazione del corso e classe di riferimento

È istituito il Corso di Laurea in Marketing Classe LM-77 Scienze economico-aziendali ai sensi del DM 270/04.

La struttura didattica responsabile del Corso di Studio è la Graduate School (di seguito School).

Il Corso di Laurea in Marketing viene attivato a decorrere dall'anno accademico 2015/2016.

L'Ordinamento del Corso di Laurea è stato modificato nel 2020/2021.

Il presente Regolamento si applica agli studenti immatricolati nell'a.a. 2023/2024.

Modalità di erogazione del corso

Il Corso di Laurea in Marketing è erogato secondo la modalità di didattica convenzionale.

Crediti formativi universitari

Ad ogni credito formativo corrispondono 25 ore di impegno complessivo per lo studente, di cui 6-10 ore come didattica frontale e la rimanente parte come studio personale.

A norma di quanto previsto dal Regolamento didattico di Ateneo, il carico didattico di ciascuna attività formativa deve essere rigorosamente proporzionato al numero di crediti previsto per l'attività stessa in relazione alla preparazione personale da parte dei discenti.

Obiettivi formativi specifici del Corso

L'ordinamento del corso di Laurea Magistrale in Marketing consente ai laureati di acquisire un'approfondita conoscenza delle logiche e dei fondamenti dei processi di marketing.

Il corso ha l'obiettivo di stimolare l'apprendimento e la riflessione degli studenti su: il ruolo che il marketing ricopre nelle aziende e nelle società - in cui il cliente assume una posizione sempre più centrale come motore del cambiamento e dell'apprendimento organizzativo; le fasi tipiche dell'attività di marketing, ovvero analisi, strategia e gestione delle leve operative.

In particolare, il corso prevede insegnamenti di base volti a fornire agli studenti le nozioni fondamentali in tema di comportamento d'acquisto del consumatore, metodologie di ricerca a supporto delle decisioni di marketing, aspetti legali e regolamentari attinenti al funzionamento dei mercati e del rapporto tra

aziende e consumatori, ruolo del marketing nel contesto aziendale ed economico complessivo e gestione di prodotti e marche.

Successivamente, prevista la suddivisione del corso di laurea in due percorsi di apprendimento diversi volti a formare da un lato i marketing analyst e dall'altro operatori di marketing attivi in organizzazioni profit e non, in differenti industry.

Il primo tipo di profilo ha l'obiettivo di formare specialisti nelle analisi su mercati e consumatori. A tal fine, sono previsti insegnamenti volti a consentire agli studenti di familiarizzare con le metodologie e le tecniche più rilevanti di analisi dei dati (big e small) rilevanti per le decisioni di marketing. Gli output di tali processi rappresentano senz'altro una delle principali fonti di innovazione e creazione di valore per le aziende di ogni settore. Questo profilo sarà erogato sia in italiano che in inglese.

Il secondo profilo caratterizzato da insegnamenti aventi l'obiettivo di formare specialisti nel management delle attività di marketing. Sono, pertanto, previsti insegnamenti sul tema dell'interazione collaborativa tra aziende e clienti, del customer engagement e del linguaggio per la comunicazione.

In particolare, tali insegnamenti riguardano la gestione della comunicazione nell'era social e dell'innovazione customer-driven e la creazione di esperienze di consumo che coinvolgano il cliente sul piano emozionale e attitudinale.

Infine, previsto un ulteriore corso comune ai due percorsi suddetti, nel quale gli studenti avranno occasione di realizzare un piano di marketing e di simulare su una piattaforma digitale (Markstrat) strategie e politiche di marketing reali.

Il corso prevede l'utilizzo di un metodo didattico all'avanguardia e variegato, che unisce lezioni tradizionali ad analisi dei casi studio più avanzati, progetti di ricerca in collaborazione con le imprese e testimonianze di esponenti di rilievo del mondo aziendale.

Nel complesso, il corso fornisce il bagaglio di competenze per coloro che intendono realizzare una carriera nell'area marketing nell'ambito di imprese, società di ricerca, società di consulenza o start up, oltre che competenze imprenditoriali alla base delle valutazioni di opportunità di business anche su scala ridotta (piccole e medie imprese, family-business), che si presentano a livello nazionale e internazionale.

Conoscenze richieste per l'accesso e modalità di ammissione

Per essere ammesso al corso di laurea magistrale, lo studente deve essere in possesso di una laurea triennale nelle classi seguenti, o nelle equivalenti classi ex D.M. 509/1999, oppure di altro titolo conseguito all'estero, riconosciuto idoneo in base alla normativa vigente:

L-18 (DM 270/04) e 17 (DM 509/99) Scienze dell'economia e della gestione aziendale

L-33 (DM 270/04) e 28 (DM 509/99) Scienze Economiche

Gli studenti provenienti da classi di laurea diverse da quelle sopraindicate possono essere ammessi solo se in possesso di almeno 48 crediti formativi universitari complessivi (conseguiti o da conseguire) all'interno di almeno due dei seguenti ambiti disciplinari:

Economico (SECS-P/01, SECS-P/02, SECS-P/05, SECS-P/06)

Giuridico (IUS/01, IUS/04, IUS/05, IUS/09)

Aziendale (SECS-P/07, SECS-P/08, SECS-P/09, SECS-P/10, SECS-P/11)



Ingegneristico (ING-IND/35, ING-INF/05)

Informatico (INF/01)

Matematico-Statistico (SECS-S/01, SECS-S/03, SECS-S/04, SECS-S/06, MAT/06)

Inoltre, per essere ammessi è necessario possedere un livello di competenza della lingua inglese almeno pari a B1 in caso si voglia accedere ad indirizzi in lingua italiana, B2 in caso di voglia accedere ad indirizzi in lingua inglese.

Fermo restando quanto sopra, l'iscrizione è subordinata alla verifica della personale preparazione definita annualmente con delibera degli Organi Accademici.

Lo/La studente/essa deve essere in possesso dei requisiti curriculari prima della verifica della personale preparazione; in particolare, non è ammessa l'assegnazione di debiti formativi od obblighi formativi aggiuntivi.

Il possesso dei requisiti curriculari e l'adeguatezza della personale preparazione ai fini dell'ammissione vengono accertati mediante esame della carriera universitaria del laureato (numero di crediti e media ponderata).

La Luiss Guido Carli stabilisce annualmente, con delibera dei propri Organi accademici, le modalità per l'espletamento delle procedure di ammissione ai corsi di laurea magistrali. Per conoscere tempistiche e modalità di ammissione si rimanda a quanto pubblicato sul sito di Ateneo: <https://www.luiss.it/entra-luiss/ammissione-magistrali>

Considerato che gli obiettivi formativi qualificanti della classe stabiliscono che i laureati debbano essere in grado di utilizzare fluentemente, in forma scritta e orale, almeno una lingua dell'Unione Europea oltre l'italiano, con riferimento anche ai lessici disciplinari, agli studenti iscritti agli indirizzi in lingua italiana verrà erogato un corso di lingua inglese, agli studenti iscritti agli indirizzi in lingua inglese verrà erogato un corso di lingua straniera diversa dall'inglese. Agli studenti stranieri con una conoscenza insufficiente della lingua italiana verrà erogato un corso di lingua italiana.

Per la verifica della conoscenza della lingua inglese, almeno pari al livello B2, vengono prese in considerazione certificazioni internazionalmente riconosciute oppure valutazioni del livello di conoscenza rilasciate da Luiss. In alternativa è considerata adeguata la dichiarazione da parte dell'università di provenienza che la lingua ufficiale del corso di studio di primo livello o equivalente seguito dal candidato sia l'inglese. In mancanza della certificazione è possibile valutare la conoscenza della lingua inglese tramite colloquio di fronte ad apposita commissione valutatrice.

Passaggio interno tra corsi di studio e abbreviazione di corso

Gli organi competenti valutano, caso per caso, nel rispetto e nei limiti delle norme e delle delibere vigenti, l'ammissione, l'anno d'iscrizione ed il riconoscimento dei crediti formativi universitari secondo il criterio della coerenza con gli obiettivi stabiliti nel relativo ordinamento didattico.

Al momento del riconoscimento degli esami viene attribuito il numero di crediti assegnato dal nuovo corso di laurea a ciascuna disciplina, a prescindere da quelli attribuiti dal corso di studi di provenienza.

Tutte le relative informazioni e i dettagli sono disponibili sul sito internet di Ateneo

<https://www.luiss.it/studenti/segreteria-studenti/lauree-magistrali/passaggio-interno-tra-corsi-di-laurea> e <https://www.luiss.it/it/studenti/segreteria-studenti/lauree-magistrali/abbreviazione-di-corso>

Integrazione e rafforzamento delle competenze in ingresso

Al termine degli incontri che si svolgeranno nelle prime due settimane di luglio con i Direttori del Corso, sarà reso disponibile per tutti gli studenti immatricolati, ammessi a seguito delle diverse forme di selezione, un questionario di autovalutazione da svolgere online, volto a verificare la personale preparazione dello studente, strutturato per aree scientifiche di indirizzo.

Il test non darà luogo a valutazioni o penalità ma servirà soltanto a rendere lo studente consapevole di eventuali lacune. Tali carenze potranno essere colmate attraverso lo studio o l'approfondimento di materiali individuati dai Direttori e messi a disposizione nel periodo precedente l'inizio dei corsi.

Il test prevede circa 30 domande a risposta chiusa: ogni Direttore dovrà fornire domande trasversali all'area Didattica di sua competenza.

Il test sarà strutturato per area scientifica. Andranno quindi elaborati tre distinti form da somministrare agli studenti, raggruppati come segue:

- Cluster 1: Area Finance, Economics and Administration; (Amministrazione Finanza e Controllo; Corporate Finance; Economia e Finanza)
- Cluster 2: Area Political Science (International Relations; Governo Amministrazione e Politica; Policies and Governance in Europe; Law Digital Innovation and Sustainability)
- Cluster 3: Area Management (Marketing; GMP; Strategic Management; Management; Data Science and Management).

Per gli immatricolati 2023/24 saranno disponibili, sulla piattaforma Moodle – Luiss Learn, dei precorsi erogati in modalità asincrona (consultabili in qualsiasi momento):

- Accounting (in lingua inglese)
- Corporate Finance (in lingua inglese)
- Diritto Commerciale (in lingua italiana)
- Econometria (in lingua italiana)
- Econometrics (in lingua inglese)
- Elements of Mediterranean History and politics (in lingua inglese)
- Economia (in lingua italiana)
- Economics (in lingua inglese)
- Educazione allo Sviluppo Sostenibile (in lingua italiana)
- Elementi di Diritto dell'Unione Europea (in lingua italiana)
- Elements of global ethics and political theory (in lingua inglese)
- Elementi di Diritto pubblico (in lingua italiana)
- Financial Mathematics (in lingua inglese)



- Elements of International Relations (in lingua inglese)
- Intoduction to Law for Science, Innovation and Sustainability (in lingua inglese)
- Lab of software application for finance and economics (in lingua inglese)
- Logica (in lingua italiana)
- Matematica (in lingua italiana)
- Matematica finanziaria (in lingua italiana)
- Mathematics (in lingua inglese)
- Probability (in lingua inglese)
- Stata (in lingua inglese)
- Stata (in lingua italiana)
- Statistica (in lingua italiana)
- Statistics (in lingua inglese)
- Python (in lingua italiana)
- R (in lingua inglese)

L'Ateneo mette a disposizione attività e materiali di sostegno volte ad integrare e consolidare le conoscenze richieste in ingresso, e a favorire l'integrazione di studenti provenienti da diverse università (cfr. Sezione 2 del Manuale Servizi: <https://www.luiss.it/ateneo/quality-assurance/didattica>.)

Attività per le matricole magistrali: Learning Innovation Activities

Nelle prime due settimane le matricole dovranno seguire delle attività obbligatorie destinate al rafforzamento delle skill personali ed interpersonali, alcune delle quali caratterizzate da un focus specifico sulla sostenibilità.

Queste attività di induction sono dirette a far conoscere il mondo Luiss ai nuovi studenti, sia con riferimento ai suoi docenti che ai suoi servizi più importanti.

Ancora, le attività sono dirette a far imparare gli studenti dalla “pratica”, esponendoli a practitioner di alto valore che insieme a loro cercheranno di riflettere su temi centrali per lo sviluppo personale e professionale.

Dato il format delle due settimane, gli studenti inizieranno a conoscersi ed inizieranno a sviluppare skill legate alla ricerca, al team work e al project management; dovranno sviluppare abilità legate all'organizzazione e alla comunicazione di idee generate in team; infine, gli studenti saranno chiamati a sviluppare skill di comunicazione e legate al mondo del digitale.

Le competenze saranno acquisite tramite lezioni e progetti da svolgere in team in entrambe le settimane e verificate tramite presentazioni e lavori individuali. Il giudizio verrà espresso in termini di idoneità.

Attraverso queste attività obbligatorie, verranno riconosciuti 2 crediti formativi.

Regole di propedeuticità

Il Consiglio della School stabilisce, ove lo ritenga necessario, i vincoli di propedeuticità che lo studente è tenuto a rispettare nella successione degli esami di profitto. Tali propedeuticità vengono deliberate annualmente dal Consiglio della School e rese note attraverso il sito internet della School.

Non sono previste per la coorte 2023/2024 regole di propedeuticità. Tuttavia, è data possibilità ai docenti di indicare nei syllabus eventuali conoscenze pregresse ritenute utili al sostenimento dell'esame.

Presentazione dei piani di studio

Per gli studenti immatricolati all'a. a 2023-2024, il nuovo modello didattico adottato dall'Ateneo per i corsi di laurea Fully Enquiry-Based introduce le seguenti due attività obbligatorie:

- Nel gap (**GAP 1**) tra il primo e secondo semestre gli studenti potranno partecipare a una serie di attività sulla produzione digitale, volta a fornire loro gli strumenti e le conoscenze utili per comprendere come e cosa comunicare, in particolare sul web, per presentare sé stessi in modo efficace a potenziali futuri employer. Le attività saranno svolte prevalentemente online. Attraverso queste attività obbligatorie verranno riconosciuti 2 crediti formativi.

- Nel gap (**GAP 2**) tra secondo e terzo semestre, gli studenti potranno partecipare a una serie di attività esperienziali, quali:

- Il lavoro in team finalizzato alla soluzione di problemi e all'ideazione di proposte concrete tramite gli strumenti della ricerca, che consentiranno di mettere in pratica le conoscenze e competenze acquisite durante il loro primo anno di studio. Tali attività prevedono il coinvolgimento degli studenti in gruppi di lavoro per realtà no-profit e/o for profit al fine di rispondere a un problema reale affrontato dall'organizzazione in questione. Le attività potrebbero essere svolte in prevalenza da remoto.
- Attività di mentoring personale e professionale a ragazzi adolescenti in condizioni più vulnerabili. Questa attività sarà svolta in presenza. Attraverso queste attività obbligatorie verranno riconosciuti 2 crediti formativi

Il Corso di Laurea in Marketing presenta 5 indirizzi:

- *Marketing Analytics & Metrics* (in inglese)
- *Market relationship & Customer engagement* (in inglese)
- *BI-Luiss Joint MSc in Marketing* (in inglese)
- *Analisi e Misure di Marketing* (in italiano)
- *Gestione dei Processi e delle Relazioni di Marketing* (in italiano)

Ad eccezione dell'indirizzo BI-Luiss Joint MSc in Marketing, lo studente che intende iscriversi a uno dei due indirizzi in inglese deve effettuare **la scelta dell'indirizzo** al momento dell'immatricolazione. Lo studente avrà comunque facoltà di poter chiedere, durante il primo anno di corso, il passaggio all'altro indirizzo in inglese.

Lo studente che intende iscriversi a uno dei due indirizzi in italiano deve effettuare **la scelta dell'indirizzo** durante il primo anno di corso.

Alla fine del primo anno di corso lo studente, iscritto sia agli indirizzi in italiano che in inglese, deve effettuare la scelta di due insegnamenti **elettivi** (da 6 CFU ciascuno), che si svolgeranno nel secondo anno.

Le tempistiche e modalità di scelta per gli indirizzi e per gli insegnamenti elettivi vengono pubblicate sul sito della School nella sezione apposita e comunicate agli studenti.

BI-Luiss Joint MSc in Marketing

Programma congiunto di Joint Master of Science in Marketing con la BI Norwegian Business School.

Il programma prevede la maggiore integrazione possibile delle seguenti attività:

- Selezioni e ammissioni congiunte;
- Piano di studi comune;
- Promozione e marketing congiunto;
- Tuition fee di pari importo;
- Studenti immatricolati in entrambe le università;
- Definizione congiunta dei learning objectives;
- Servizi agli studenti armonizzati;
- Governance congiunta.

Il programma prevede che gli studenti selezionati e ammessi frequentino il primo anno del Joint Master of Science in Marketing presso la BI Norwegian Business School (MSc in Strategic Marketing Management) ed il secondo anno presso la Luiss (Master's Degree in Marketing). A conclusione dei due anni di studi, i partecipanti al programma conseguiranno due titoli.

Il programma si concentra sulle varie aree del marketing management e ha una contestualizzazione ad un'ampia varietà di settori (da tradizionali a fortemente innovativi). Integra all'interno dei corsi temi di digitalizzazione, sostenibilità e multiculturalismo, nonché cerca di calare ogni contenuto all'interno della pratica del business; la combinazione della teoria di marketing con applicazioni pratiche in diversi contesti sarà un elemento importante per il programma. Esso cerca di favorire al massimo l'immersione degli studenti nella pratica del business tramite company visit e meeting con business leader in ognuno dei paesi che gli studenti visiteranno. Infine, la possibilità per gli studenti di vivere e studiare insieme come un unico gruppo (esperienza diversa rispetto ad un DD) favorirà la loro crescita personale e migliorerà le loro attitudini interculturali.

Tutte le relative informazioni sono disponibili sul sito internet di Ateneo

<https://www.luiss.edu/programs/bi-luiss-joint-msc-marketing>

Corsi liberi

Lo studente può effettuare la scelta di corsi liberi tra tutti gli insegnamenti attivi in Ateneo.

Non è possibile richiedere la tesi in un insegnamento sostenuto come corso libero.

L'inserimento di corsi liberi aggiuntivi non obbliga lo studente a sostenere il relativo esame di profitto e quindi può richiederne l'eliminazione dal piano di studi. In caso di verbalizzazione dell'esame, invece, non potrà essere eliminato e l'esito sarà regolarmente certificato nel curriculum universitario.

La lista dei corsi liberi, le tempistiche e modalità di scelta vengono pubblicate sul sito della School nella sezione apposita e comunicate agli studenti.

Il piano di studi è valido e può essere approvato solo ove l'insieme delle attività in esso contemplate corrisponda ai vincoli stabiliti dall'ordinamento didattico del Corso di Laurea e comporti l'acquisizione di un numero di crediti non inferiore a quello richiesto per il conseguimento del titolo di studio. Tutti i piani di studi devono essere approvati dal Dean della School

Lo studente fuori corso che voglia modificare il proprio piano di studi è tenuto ad iscriversi come studente ripetente.

Eventuali modifiche al piano di studi, adeguatamente motivate, dovranno essere autorizzate dal Direttore del Corso di Studi.

Tutte le relative informazioni sui piani di studio, i dettagli e le tempistiche sono disponibili sul sito internet di Ateneo <https://www.luiss.it/studenti/segreteria-studenti-in-particolare>
<https://www.luiss.it/studenti/segreteria-studenti/lauree-magistrali/piano-di-studi-regole-la-compilazione>.

Obblighi di frequenza

La frequenza ai corsi è obbligatoria (art. 38 comma 2 - "Doveri degli studenti" del Regolamento Didattico di Ateneo)

Per poter accedere agli esami e alle altre verifiche di profitto lo studente deve aver frequentato gli insegnamenti previsti dal proprio piano di studi. Le presenze a lezione vengono monitorate dal docente.

Informazioni relative ai tipi di attività didattica

Le attività didattiche, ivi comprese le lingue, le abilità informatiche e le attività di laboratorio si realizzano con l'affiancamento alla didattica tradizionale di metodologie didattiche innovative (es. uso di software di simulazione, integrazione con moduli in eLearning, lezioni online in sincrono, progetti) nonché facendo ricorso a lezioni teoriche, esercitazioni pratiche, testimonianze di professionisti di consolidata esperienza, infine approfondimenti (in piccoli gruppi e individuali) con presentazioni in aula.

Le conoscenze, competenze e abilità che lo studente dovrà dimostrare di aver acquisito al termine del corso di studio e/o singolo insegnamento, sono:

- relativamente alla **Conoscenza e capacità di comprensione**: conoscenze e capacità di comprensione che estendono e/o rafforzano quelle tipicamente associate al primo ciclo e consentono di elaborare e/o applicare idee originali, spesso in un contesto di ricerca;
- relativamente alla **Conoscenza e capacità di comprensione applicate**: capacità di applicare le loro conoscenze, capacità di comprensione e abilità nel risolvere problemi a tematiche nuove o

- non familiari, inserite in contesti più ampi (o interdisciplinari) connessi al proprio settore di studio;
- relativamente alla **Autonomia di giudizio**: capacità di integrare le conoscenze e gestire la complessità, e di trarre proprie conclusioni anche sulla base di informazioni limitate o incomplete, includendo la riflessione sulle responsabilità sociali ed etiche collegate all'applicazione delle loro conoscenze e giudizi;
- relativamente alle **Abilità comunicative**: capacità di comunicare in modo chiaro e privo di ambiguità le loro conclusioni, nonché le conoscenze e la ratio ad esse sottese, a interlocutori specialisti e non specialisti;
- relativamente alla **Capacità di apprendere**: capacità di apprendimento che consentano loro di continuare a studiare per lo più in modo auto-diretto o autonomo.
- la familiarità con le **tecnologie dell'informazione**.

Gli insegnamenti si svolgono di norma entro un singolo semestre. In relazione ad esigenze specifiche, il Consiglio della School può prevedere lo svolgimento degli insegnamenti sull'arco di più semestri ovvero secondo diverse scansioni (annualità, trimestre, quadrimestre) funzionali all'organizzazione della didattica. Il numero delle ore settimanali e la loro distribuzione sono determinati in relazione ai CFU, al syllabus e alle esigenze di funzionalità del calendario didattico.

Alla luce di quanto stabilito dal Regolamento didattico di Ateneo, di norma, non è ammessa la sovrapposizione tra i periodi dedicati alla didattica e quelli dedicati alle prove d'esame ed alle altre verifiche della preparazione dello studente.

I docenti responsabili di insegnamenti che si svolgono in più canali sono tenuti a concordare e coordinare i rispettivi programmi d'insegnamento.

Nei casi di insegnamenti previsti dall'ordinamento del Corso di laurea, ma che quest'ultimo non possa attivare nel proprio ambito per assenza temporanea o per mancanza dei docenti cui di norma sono assegnati, è consentito ricorrere alla mutuazione degli stessi, se attivati presso altri Corsi di Studio di livello equivalente, e comunque previo accertamento della loro funzionalità rispetto ai percorsi didattici ai quali devono servire.

Modalità per la verifica del profitto e tipologie degli esami previsti

Per acquisire i crediti che l'ordinamento didattico riserva alle attività formative di base, caratterizzanti, affini/integrative ed a tutte le altre attività autonomamente scelte dagli studenti, purché coerenti con il percorso formativo, lo studente deve superare il relativo esame di profitto, che può svolgersi in forma orale e/o scritta. La votazione viene espressa in trentesimi. Il voto minimo per il superamento dell'esame è di diciotto trentesimi; il voto massimo è di trenta trentesimi, con eventuale lode.

L'Ordinamento didattico riserva alle altre attività ex art. 10, comma 5 del D.M. 270/2004, un determinato numero di CFU, previa acquisizione della relativa idoneità.

Per discipline formate da due o più moduli coordinati, i docenti dei vari moduli, dopo aver fissato di comune accordo le date degli appelli d'esame, partecipano alla valutazione collegiale complessiva del profitto dello studente e contribuiscono al voto finale in modo proporzionale ai crediti del proprio modulo.



Tutte le prove orali di esame sono pubbliche. Qualora siano previste prove scritte, il candidato ha il diritto di prendere visione dei propri elaborati dopo la correzione.

Tutte le votazioni conseguite negli esami concorrono, unitamente ai crediti acquisiti, alla definizione della media ponderata finale.

Viene garantita agli studenti la possibilità di svolgere gli esami di profitto anche su corsi non più erogati, e presenti nel loro piano di studi, o il cui programma ha subito variazioni a livello di contenuto e di CFU. A tal fine il docente titolare della cattedra può richiedere allo studente delle integrazioni al programma del corso pregresso o aggiornamento dei contenuti.

L'Ateneo può valutare la possibilità di offrire corsi seminariali integrativi.

Regole per la composizione e il funzionamento delle commissioni di esame di profitto

Le Commissioni giudicatrici degli esami sono nominate dal Dean della School e sono composte da almeno due membri, il primo dei quali è il titolare dell'insegnamento e svolge le funzioni di Presidente della Commissione; gli altri membri sono docenti esperti in materia, scelti tra i docenti di ruolo di Ateneo oppure tra i titolari di contratto di insegnamento e/o contratto integrativo e/o cultori della materia.

La verbalizzazione degli esami avviene in modo informatico tramite procedura on line e firma digitale certificata del verbale da parte del Presidente di Commissione.

Gli appelli d'esame devono avere inizio alla data e all'orario pubblicati e in nessun caso possono essere anticipati. Per motivate ragioni il Presidente della Commissione può posticipare l'inizio dell'appello, dandone tempestiva comunicazione agli interessati ed agli uffici didattici ed organizzativi dell'Ateneo.

La valutazione del profitto in occasione degli esami può tenere conto dei risultati conseguiti in eventuali prove di verifica o colloqui sostenuti durante lo svolgimento del relativo corso.

Orientamento e tutorato

Le **funzioni tutoriali** rientrano nell'attività istituzionale dei **docenti** e si esplicano attraverso un orario settimanale di ricevimento, che il docente deve rendere pubblico all'inizio di ogni anno accademico.

Il corso di laurea, inoltre, usufruisce di tutte le attività di orientamento in ingresso, tutorato e accompagnamento al lavoro relative ai corsi di laurea magistrale della Luiss, che vengono descritte puntualmente nelle Sezioni 1, 2 e 3 del Manuale Servizi disponibile nella sezione

<https://www.luiss.it/ateneo/quality-assurance/didattica>.

Nell'ambito del Corso di Laurea è inoltre istituito un servizio di tutorato, che si svolge in conformità a quanto disposto dal Regolamento didattico di Ateneo, anche in collaborazione con eventuali iniziative delle rappresentanze ed organizzazioni studentesche.

L'attività di Orientamento in itinere viene svolta mediante azioni di monitoraggio continuo effettuate dai **Tutor** ed ha la funzione specifica di accompagnare lo studente al completamento del corso di studi e quindi indirizzarlo verso il percorso formativo a lui più congeniale e più conforme agli obiettivi occupazionali. L'obiettivo è duplice: (a) garantire un elevato grado di regolarità nel percorso formativo e (b) coerenza nelle scelte curriculari ed extra curriculari in modo da definire con maggiore precisione il



profilo in uscita e condurre lo studente ad una scelta consapevole sui percorsi lavorativi e formativi post-triennale.

Il corso di studio si avvale dei seguenti servizi per il monitoraggio e l'orientamento in itinere degli studenti:

- attività di supporto agli studenti da parte dei **Tutor di Ateneo** nella preparazione degli esami, nella scelta della specializzazione e degli esami opzionali, nella definizione dei piani di studi per gli studenti che aderiscono ai programmi di scambio all'estero, nella scelta della materia e dell'argomento per l'elaborato finale.
- attività di supporto agli studenti da parte del **Tutorato Didattico** che ha l'obiettivo di supportare l'apprendimento degli studenti e ad approfondire la loro preparazione in modo sinergico e coordinato con docenti e collaboratori di cattedra. Un'attenzione particolare e un monitoraggio continuo sono rivolti agli studenti che mostrano ritardi nel sostenimento degli esami e difficoltà di altra natura (personale e/o familiare).
- Le azioni del Servizio di Tutorato sono inquadrare nella più ampia cornice della **Biografia dello Studente** finalizzata alla costruzione di un percorso accademico dello studente coerente con le sue aspettative e le sue potenzialità;
- coordinamento di raccolte di dati statistici con particolare riferimento alle carriere degli studenti richieste dal MIUR e da altri soggetti istituzionali e supporto alle varie aree dell'Università nella progettazione e implementazione di indagini conoscitive e studi tematici;
- servizio di tutorato per: supporto agli studenti sportivi, agli studenti coinvolti in programmi internazionali, agli studenti con DSA - Disturbi Specifici di Apprendimento o disabilità oltre che sviluppo di nuovi processi di monitoraggio della qualità dei servizi erogati

Tutte le relative informazioni sono disponibili sul sito internet di Ateneo

<https://www.luiss.it/studenti/tutorato>

Modalità di svolgimento del tirocinio

Il Career Service promuove, in conformità con quanto previsto dalle vigenti normative nazionali e regionali, l'attivazione di tirocini formativi curriculari ed extracurriculari, in Italia e all'estero.

L'attivazione dei tirocini è gratuita per tutti gli employer e i tirocinanti Luiss sono coperti dal soggetto promotore (Luiss) contro gli infortuni sul lavoro presso l'INAIL, nonché per la responsabilità civile presso compagnie operanti nel settore.

Il tirocinio potrà essere svolto presso imprese, Amministrazioni Pubbliche, enti pubblici o privati, ivi compresi quelli del terzo settore, ordini e collegi professionali sulla base di apposite convenzioni. Per il tirocinio possono essere riconosciuti n. 6 crediti formativi. In alternativa, i crediti relativi al tirocinio possono essere acquisiti attraverso lo svolgimento di un project work.

I servizi messi a disposizione sono reperibili nel Manuale dei Servizi pubblicato sul sito di Ateneo

<https://www.luiss.it/ateneo/quality-assurance> e nella pagina specificamente dedicata ai tirocini

<https://www.luiss.it/career-service/tirocini>

Criteria e modalità di svolgimento della prova finale

L'esame di laurea consiste nella discussione e valutazione di una dissertazione scritta (tesi) in italiano o altra lingua in caso di iscrizione agli indirizzi in lingua italiana, in inglese in caso di iscrizione agli indirizzi in lingua inglese. La tesi dovrà essere elaborata in modo originale dallo studente sotto la guida di un relatore e dovrà manifestare la maturità critica, letteraria, tecnico-scientifica corrispondente alle figure culturali e professionali specifiche della laurea magistrale.

La tesi qualifica in modo significativo il percorso formativo ed è il risultato di un'attività di ricerca, svolta sotto la guida di un docente relatore, su un tema riconducibile alle discipline che caratterizzano il curriculum dello studente. Nella tesi lo studente deve dimostrare padronanza delle basi metodologiche degli ambiti disciplinari rilevanti e deve approfondire un argomento specifico sviluppando aspetti teorici o aspetti applicativi e di natura empirica.

Il Relatore unitamente al Correlatore saranno garanti del lavoro svolto.

Tutte le relative informazioni e i dettagli sono disponibili alla pagina

<http://www.luiss.it/studenti/segreteria-studenti/lauree-magistrali>.

Il conseguimento della Laurea Magistrale prevede la discussione collegiale di una tesi elaborata in modo originale, su un tema di elevata complessità relativo ad uno degli insegnamenti presenti nel piano di studio dello studente.

Essa può consistere in un lavoro di contenuto descrittivo, applicativo o in un lavoro di ricerca, e può essere sviluppato in varie forme e con la finalità di produrre nuova conoscenza o nuove metodologie scientifiche oppure finalizzato ad analizzare un problema e a fornirne adeguata soluzione.

La tesi, una volta approvata dal relatore e dal correlatore, viene discussa davanti ad una Commissione nominata dal Dean della School. La Commissione è formata da almeno cinque membri ed è presieduta da un docente di ruolo interno.

Il voto di laurea, espresso in centodecimi, con eventuale lode, viene attribuito dalla Commissione di laurea, su proposta del relatore, sulla base del curriculum dello studente. La valutazione deve tener conto della maturità scientifica e della preparazione attestata attraverso l'esame di laurea. La lode viene proposta dal relatore e deve essere approvata all'unanimità. Può essere concessa all'unanimità anche una speciale menzione.

Il numero dei crediti attribuiti alla tesi è riportato nella tabella delle attività formative (v. oltre).

I criteri di attribuzione del punteggio di laurea sono deliberati dal Senato Accademico.

<http://www.luiss.it/studenti/segreteria-studenti/lauree-magistrali/assegnazione-tesi-ed-esame-di-laurea>

Marketing LM-77 – Scienze economico-aziendali

ATTIVITÀ FORMATIVE

Major: Analisi e misure di marketing

I anno – a.a. 2023/2024

I semestre

Codice	Insegnamento	SSD	CFU
M158	Analisi del comportamento di acquisto	SECS-P/08	8
M200IT	Behavioral economics and consumer decision making	SECS-P/01	6
M201IT	Managerial economics: theories and marketing applications	SECS-P/01	6
M156	Legal issues in marketing	IUS/05	6
M157IT	Research methodology for marketing	SECS-P/08	6

II semestre

Codice	Insegnamento	SSD	CFU
M160	Analisi e misurazione delle performance di marketing (marketing metrics)	SECS-P/08	6
SFY	Gestione del prodotto e della marca	SECS-P/08	8
M159	Organizational issues in marketing and sales	SECS-P/10	8
M161	Metodi statistici per il marketing	SECS-S/03	8

II anno – a.a. 2024/2025

I semestre



Codice	Insegnamento	SSD	CFU
M514IT	Business and Marketing Analytics	SECS-P/08	6
M163	Marketing plan and Markstrat simulation	SECS-P/08	6
	2 insegnamenti a scelta		12

Ulteriori crediti

Attività	CFU
Business English and Professional Development	4
Learning Innovation Activities	2
Internship o Project work	6
GAP 1	2
GAP 2	2
Prova finale	18
Totale CFU	120

Major: Gestione dei processi e delle relazioni di marketing

I anno – a.a. 2023/2024

I semestre

Codice	Insegnamento	SSD	CFU
M158	Analisi del comportamento di acquisto	SECS-P/08	8
M200IT	Behavioral economics and consumer decision making	SECS-P/01	6
M201IT	Managerial economics: theories and marketing applications	SECS-P/01	6
M156	Legal issues in marketing	IUS/05	6
M157IT	Research methodology for marketing	SECS-P/08	6

II semestre

Codice	Insegnamento	SSD	CFU
---------------	---------------------	------------	------------



M204	Comunicazione di marketing e linguaggi dei nuovi media	M/FIL 05	6
SFY	Gestione del prodotto e della marca	SECS-P/08	8
M159	Organizational issues in marketing and sales	SECS-P/10	8
M515IT	Digital Marketing	SECS-S/03	8

Il anno – a.a. 2024/2025

I semestre

Codice	Insegnamento	SSD	CFU
M163	Marketing plan and Markstrat simulation	SECS-P/08	6
M166	Retail and service experience marketing	SECS-P/08	6
	2 insegnamenti a scelta		12

Ulteriori crediti

Attività	CFU
Business English and Professional Development	4
Learning Innovation Activities	2
Internship o Project work	6
GAP 1	2
GAP 2	2
Prova finale	18
Totale CFU	120

Major: Marketing analytics & metrics

I anno – a.a. 2023/2024

I semestre

Codice	Insegnamento	SSD	CFU
SEN	Consumer behavior	SECS-P/08	8
M200IN	Behavioral economics and consumer decision making	SECS-P/01	6



M201IN	Managerial economics: theories and marketing applications	SECS-P/01	6
M199	Legal issues in marketing	IUS/05	6
M307	Research methodology for marketing	SECS-P/08	6

II semestre

Codice	Insegnamento	SSD	CFU
M202	Marketing metrics	SECS-P/08	6
M198	Product & Brand management	SECS-P/08	8
M308	Organizational issues in marketing and sales	SECS-P/10	8
M201	Statistics for marketing	SECS-S/03	8

II anno – a.a. 2024/2025

I semestre

Codice	Insegnamento	SSD	CFU
M514IN	Business and Marketing Analytics	SECS-P/08	6
M197	Marketing plan & Markstrat simulation	SECS-P/08	6
	2 insegnamenti a scelta		12

Ulteriori crediti

Attività	CFU
Lingua straniera obbligatoria	4
Learning Innovation Activities	2
Internship or Project work	6
GAP 1	2
GAP 2	2
Prova finale	18
Totale CFU	120

Major: Market relationship & customer engagement



I anno – a.a. 2023/2024

I semestre

Codice	Insegnamento	SSD	CFU
SEN	Consumer behavior	SECS-P/08	8
M200IN	Behavioral economics and consumer decision making	SECS-P/01	6
M201IN	Managerial economics: theories and marketing applications	SECS-P/01	6
M199	Legal issues in marketing	IUS/05	6
M307	Research methodology for marketing	SECS-P/08	6

II semestre

Codice	Insegnamento	SSD	CFU
M198	Product & Brand Management	SECS-P/08	8
M308	Organizational issues in marketing and sales	SECS-P/10	8
M515IN	Digital Marketing	SECS-S/03	8
M257	Marketing communication & new media	M-FIL/05	6

II anno – a.a. 2024/2025

I semestre

Codice	Insegnamento	SSD	CFU
M258	Retail and service experience marketing	SECS-P/08	6
M197	Marketing plan & Markstrat simulation	SECS-P/08	6
	2 insegnamenti a scelta		12

Ulteriori crediti

Attività	CFU
Lingua straniera obbligatoria	4
Learning Innovation Activities	2
Internship or Project work	6



GAP 1	2
GAP 2	2
Prova finale	18
Totale CFU	120

Major: BI Luiss-Joint MSc in Marketing

I anno – a.a. 2023/2024

I semestre

Codice	Insegnamento	SSD	CFU
BI001	Brand Management/Topics in Digital Marketing	SECS-P/08	12
BI002	Service Marketing	SECS-P/08	6
BI003	Understanding the Consumer	SECS-P/08	6
BI004	Introductory Data Science for Marketing	SECS-S/03	6

II semestre

Codice	Insegnamento	SSD	CFU
BI005	Customer Value Analytics	SECS-P/08	6
BI006	Marketing Research	SECS-P/08	6
BI007	Research Methodology - Marketing	SECS-P/08	6
BI015	Marketing for a Better World	SECS-P/01	6
BI009	Ethics and Sustainability in Organizations	NN	6

II anno – a.a. 2024/2025

I semestre

Codice	Insegnamento	SSD	CFU
BI010	Marketing Law and Regulation	IUS/05	6
BI012	Behavioral Economics and Consumer Decision Making	SECS-P/01	6
BI013	Integrated Marketing Communication	SECS-P/08	6
BI014	Performance Marketing	SECS-P/10	6



M219BI	Data and Artificial Intelligence Labs	INF/01	8
	Elective course	SECS-P/08	6

II semestre

Codice	Insegnamento	SSD	CFU
SMDIM00022	Thesis Writing Seminar	SECS-P/08	4
	Master Thesis		18