



**PIANO DI STUDI A TEMPO PIENO**  
**Corso di Laurea in MARKETING E COMUNICAZIONE PER LE AZIENDE (Classe LM-77)**  
**CURRICULUM CONSUMER MARKETING**  
**Anno Accademico 2024/2025**

1°anno	SSD	CFU	TAF
Strategia d'impresa e di Mercato	SECS-P/08	8	C
Marketing e Mercati Internazionali	SECS-P/08	8	C
Matematica e statistica di base <i>o, se già sostenuto,</i> <b>N.1 insegnamento in opzione fra i 2 seguenti:</b> Metodi quantitativi per il management Metodi statistici per il marketing	SECS-S/06  SECS-S/06 SECS-S/01	8	C
Economia politica <i>o, se già sostenuto,</i> Analisi e Previsioni Economiche	SECS-P/01	8	C
Istituzioni di diritto privato <i>o, se già sostenuto,</i> Sustainable Agri-Food Marketing	IUS/01 AGR/01	8	A
Business English II (idoneità)	L-LIN/12	6	A
<b>N.1 insegnamento in opzione fra i 2 seguenti:</b>			
<i>Data Management per lo Sviluppo dei mercati</i>	INF/01	8	A
<i>Produzione, Qualità e Sostenibilità</i>	SECS-P/13	8	A
2°anno			
Marketing e Consumer Behavior	SECS-P/08	8	C
Comunicazione Aziendale e Digital Marketing	SECS-P/08	8	C
<b>N.1 insegnamento in opzione fra i 2 seguenti:</b>			
<i>Diritto industriale</i>	IUS/04	6	C
<i>Diritto del commercio e dei mercati finanziari</i>	IUS/04	6	C
<b>N.1 insegnamento in opzione fra i 2 seguenti:</b>			
<i>Economia dell'innovazione</i>	SECS-P/06	8	C
<i>Economia della globalizzazione</i>	SECS-P/06	8	C
<b>N.1 insegnamento in opzione fra i 2 seguenti:</b>			
<i>Marketing Research e Neuromarketing</i>	SECS-P/08	8	C
<i>Sales e Channel Management</i>	SECS-P/08	8	C
*a scelta dello studente (Art.10, D.M. 270/04)		12	AAF
Prova finale		16	AAF
<b>TOTALE CREDITI</b>		<b>120</b>	

\* 8 CFU: Art. 10, comma 5, lett. a) del D.M. 270/2004 "attività formative autonomamente scelte dallo studente purché coerenti con il progetto formativo";

\* 4 CFU: Art. 10, comma 5, lett. d) del D.M. 270/2004 "attività formative [...], volte ad acquisire ulteriori conoscenze linguistiche, nonché abilità informatiche e telematiche, relazionali, o comunque utili per l'inserimento nel mondo del lavoro, nonché attività formative volte ad agevolare le scelte professionali, mediante la conoscenza diretta del settore lavorativo cui il titolo di studio può dare accesso, tra cui, in particolare, i tirocini formativi e di orientamento di cui al decreto 25 marzo 1998, n. 142, del Ministero del lavoro".



**PIANO DI STUDI A TEMPO PIENO**  
**Corso di Laurea in MARKETING E COMUNICAZIONE PER LE AZIENDE (Classe LM-77)**  
**CURRICULUM BUSINESS MARKETING**  
**Anno Accademico 2024/2025**

1°anno	SSD	CFU	TAF
Strategia d'impresa e di Mercato	SECS-P/08	8	C
Marketing e Mercati Internazionali	SECS-P/08	8	C
Matematica e statistica di base <i>o, se già sostenuto,</i> <b>N.1 insegnamento in opzione fra i 2 seguenti:</b> Metodi quantitativi per il management Metodi statistici per il marketing	SECS-S/06  SECS-S/06 SECS-S/01	8	C
Economia politica <i>o, se già sostenuto,</i> Analisi e Previsioni Economiche	SECS-P/01	8	C
Istituzioni di diritto privato <i>o, se già sostenuto,</i> Sustainable Agri-Food Marketing	IUS/01 AGR/01	8	A
Business English II (idoneità)	L-LIN/12	6	A
<b>N.1 insegnamento in opzione fra i 2 seguenti:</b>			
<i>Data Management per lo Sviluppo dei mercati</i>	INF/01	8	A
<i>Produzione, Qualità e Sostenibilità</i>	SECS-P/13	8	A
2°anno			
Marketing Business to Business	SECS-P/08	8	C
Logistica Integrata d'Impresa	SECS-P/08	8	C
<b>N.1 insegnamento in opzione fra i 2 seguenti:</b>			
<i>Diritto industriale</i>	IUS/04	6	C
<i>Diritto del commercio e dei mercati finanziari</i>	IUS/04	6	C
<b>N.1 insegnamento in opzione fra i 2 seguenti:</b>			
<i>Economia dell'innovazione</i>	SECS-P/06	8	C
<i>Economia della globalizzazione</i>	SECS-P/06	8	C
<b>N.1 insegnamento in opzione fra i 2 seguenti:</b>			
<i>Digital e Service Innovation</i>	SECS-P/08	8	C
<i>Sales e Channel Management</i>	SECS-P/08	8	C
*a scelta dello studente (Art.10, D.M. 270/04)		12	AAF
Prova finale		16	AAF
<b>TOTALE CREDITI</b>		<b>120</b>	

\* 8 CFU: Art. 10, comma 5, lett. a) del D.M. 270/2004 "attività formative autonomamente scelte dallo studente purché coerenti con il progetto formativo";

\* 4 CFU: Art. 10, comma 5, lett. d) del D.M. 270/2004 "attività formative [...], volte ad acquisire ulteriori conoscenze linguistiche, nonché abilità informatiche e telematiche, relazionali, o comunque utili per l'inserimento nel mondo del lavoro, nonché attività formative volte ad agevolare le scelte professionali, mediante la conoscenza diretta del settore lavorativo cui il titolo di studio può dare accesso, tra cui, in particolare, i tirocini formativi e di orientamento di cui al decreto 25 marzo 1998, n. 142, del Ministero del lavoro".



**PIANO DI STUDI A TEMPO PARZIALE**  
**Corso di Laurea in MARKETING E COMUNICAZIONE PER LE AZIENDE (Classe LM-77)**  
**CURRICULUM CONSUMER MARKETING**  
**Anno Accademico 2024/2025**

1°anno	SSD	CFU	TAF
Strategia d'impresa e di mercato	SECS-P/08	8	C
Matematica e statistica di base o, se già sostenuto, <b>N.1 insegnamento in opzione fra i 2 seguenti:</b> Metodi quantitativi per il management Metodi statistici per il marketing	SECS-S/06  SECS-S/06 SECS-S/01	8	C
Economia politica o, se già sostenuto, Analisi e Previsioni Economiche	SECS-P/01	8	C
Istituzioni di diritto privato o, se già sostenuto, Sustainable Agri-Food Marketing	IUS/01 AGR/01	8	A
<b>Totale n. CFU per 1° Anno</b>		<b>32</b>	
2°anno			
Business English II (idoneità)	L-LIN/12	6	A
<b>N.1 insegnamento in opzione fra i 2 seguenti:</b> Data Management per lo Sviluppo dei mercati Produzione, Qualità e Sostenibilità	INF/01 SECS-P/13	8	A
Marketing e mercati internazionali	SECS-P/08	8	C
Comunicazione Aziendale e Digital Marketing	SECS-P/08	8	C
<b>Totale n. CFU per 2° Anno</b>		<b>30</b>	
3° anno			
Marketing e Consumer Behavior	SECS-P/08	8	C
<b>N.1 insegnamento in opzione fra i 2 seguenti:</b> Diritto industriale Diritto del commercio e dei mercati finanziari	IUS/04 IUS/04	6	C
<b>N.1 insegnamento in opzione fra i 2 seguenti:</b> Economia dell'innovazione Economia della globalizzazione	SECS-P/06 SECS-P/06	8	C
<b>Totale n. CFU per 3° Anno</b>		<b>22</b>	
4°anno			
<b>N.1 insegnamento in opzione fra i 2 seguenti:</b> Marketing Research e Neuromarketing Sales e Channel Management	SECS-P/08 SECS-P/08	8	C
*a scelta dello studente (Art.10, D.M. 270/04)		12	AAF
Prova finale		16	AAF
<b>Totale n. CFU per 4° Anno</b>		<b>36</b>	
<b>TOTALE CREDITI</b>		<b>120</b>	

\* 8 CFU: Art. 10, comma 5, lett. a) del D.M. 270/2004 "attività formative autonomamente scelte dallo studente purché coerenti con il progetto formativo";

\* 4 CFU: Art. 10, comma 5, lett. d) del D.M. 270/2004 "attività formative [...], volte ad acquisire ulteriori conoscenze linguistiche, nonché abilità informatiche e telematiche, relazionali, o comunque utili per l'inserimento nel mondo del lavoro, nonché attività formative volte ad agevolare le scelte professionali, mediante la conoscenza diretta del settore lavorativo cui il titolo di studio può dare accesso, tra cui, in particolare, i tirocini formativi e di orientamento di cui al decreto 25 marzo 1998, n. 142, del Ministero del lavoro".



**PIANO DI STUDI A TEMPO PARZIALE**  
**Corso di Laurea in MARKETING E COMUNICAZIONE PER LE AZIENDE (Classe LM-77)**  
**CURRICULUM BUSINESS MARKETING**  
**Anno Accademico 2024/2025**

<b>1°anno</b>	SSD	CFU	TAF
Strategia d'impresa e di mercato	SECS-P/08	8	C
Matematica e statistica di base o, <i>se già sostenuto</i> , <b>N.1 insegnamento in opzione fra i 2 seguenti:</b> Metodi quantitativi per il management Metodi statistici per il marketing	SECS-S/06  SECS-S/06 SECS-S/01	8	C
Economia politica o, <i>se già sostenuto</i> , Analisi e Previsioni Economiche	SECS-P/01	8	C
Istituzioni di diritto privato o, <i>se già sostenuto</i> , Sustainable Agri-Food Marketing	IUS/01 AGR/01	8	A
<b>Totale n. CFU per 1° Anno</b>		<b>32</b>	
<b>2°anno</b>			
Business English II (idoneità)	L-LIN/12	6	A
<b>N.1 insegnamento a scelta fra i 2 seguenti:</b> Data Management per lo Sviluppo dei Mercati Produzione, Qualità, Sostenibilità	INF/01 SECS-P/13	8	A
Marketing e mercati internazionali	SECS-P/08	8	C
Logistica Integrata d'Impresa	SECS-P/08	8	C
<b>Totale n. CFU per 2° Anno</b>		<b>30</b>	
<b>3°anno</b>			
<i>Marketing Business to Business</i>	SPS/08	8	
<b>N.1 insegnamento in opzione fra i 2 seguenti:</b> <i>Diritto industriale</i> <i>Diritto del commercio e dei mercati finanziari</i>	IUS/04 IUS/04	6	C
<b>N.1 insegnamento in opzione fra i 2 seguenti:</b> <i>Economia dell'innovazione</i> <i>Economia della globalizzazione</i>	SECS-P/06 SECS-P/06	8	C
<b>Totale n. CFU per 3° Anno</b>		<b>22</b>	
<b>4°anno</b>			
<b>N.1 insegnamento in opzione fra i 2 seguenti:</b> <i>Digital e Service Innovation</i> <i>Sales e Channel Management</i>	SECS-P/08 SECS-P/08	8	C
*a scelta dello studente (Art.10, D.M. 270/04)		12	AAF
Prova finale		16	AAF
<b>Totale n. CFU per 4° Anno</b>		<b>36</b>	
<b>TOTALE CREDITI</b>		<b>120</b>	

\* 8 CFU: Art. 10, comma 5, lett. a) del D.M. 270/2004 "attività formative autonomamente scelte dallo studente purché coerenti con il progetto formativo";

\* 4 CFU: Art. 10, comma 5, lett. d) del D.M. 270/2004 "attività formative [...], volte ad acquisire ulteriori conoscenze linguistiche, nonché abilità informatiche e telematiche, relazionali, o comunque utili per l'inserimento nel mondo del lavoro, nonché attività formative volte ad agevolare le scelte professionali, mediante la conoscenza diretta del settore lavorativo cui il titolo di studio può dare accesso, tra cui, in particolare, i tirocini formativi e di orientamento di cui al decreto 25 marzo 1998, n. 142, del Ministero del lavoro".