



Corso di laurea magistrale in Marketing e ricerche di mercato

Corso di laurea magistrale in Marketing e ricerche di mercato

Comitato d'indirizzo

Consultazioni dei rappresentanti del mondo del lavoro

Verbale della consultazione dei rappresentanti del mondo del lavoro, 24 gennaio 2025, ore 14:30

Il Comitato d'indirizzo del CdS in Marketing e ricerche di mercato si è riunito il giorno 24 gennaio, alle ore 14:30, in riunione telematica sulla piattaforma Microsoft Teams, per discutere il seguente OdG:

- Comunicazioni
- Adempimenti scheda SUA: Consultazioni con i rappresentanti del mondo del lavoro
- Discussione

All'incontro hanno preso parte il Presidente, Prof. Matteo Corciolani, il Vicepresidente, Prof. Lucio Masserini, e due rappresentanti del mondo del lavoro: la Dott.ssa Francesca Bottone (Cromology, area marketing) e il Dott. Stefano Cini (Nielsen, area ricerca di mercato).

Il Presidente ha aperto l'incontro ringraziando i partecipanti e dando il benvenuto ai due nuovi esperti, che intervengono per la prima volta nelle consultazioni con il CdS. Successivamente, il Presidente ha riepilogato i principali punti emersi nel recente Rapporto di Riesame Ciclico, sottolineando alcune possibili modifiche regolamentari. Ha quindi illustrato l'attuale Piano di Studi, soffermandosi sui potenziali elementi di cambiamento. Dopo una descrizione dettagliata, supportata dall'intervento del Prof. Masserini, il Prof. Corciolani ha passato la parola ai due esperti per raccogliere i loro contributi.

Il Dott. Cini ha espresso un parere positivo su quanto esposto, mostrando però alcune perplessità sulla possibile ridenominazione dell'insegnamento da "Marketing management" a "Marketing digitale". Tale modifica, secondo il Dott. Cini, renderebbe il corso più vincolato a un contesto specifico (quello appunto del digital), non corrispondendo più esattamente a ciò che viene fatto nell'insegnamento, che è invece di più ampio respiro. La proposta è stata condivisa anche dalla Dott.ssa Bottone. Il Presidente e il Vicepresidente hanno, pertanto, deciso di riproporre al Consiglio di CdS la denominazione originale dell'insegnamento.

La Dott.ssa Bottone ha fornito un ulteriore spunto di riflessione, suggerendo l'inserimento di un insegnamento che colleghi maggiormente l'analisi dei dati al marketing strategico. La Dott.ssa ha osservato che, sebbene il Piano di Studi comprenda sia corsi dedicati alla ricerca di mercato sia insegnamenti di area marketing, potrebbe mancare una connessione più esplicita che evidenzi le relazioni profonde tra questi due ambiti, che potrebbe essere sviluppata in un corso ad hoc. Anche il Dott. Cini ha condiviso la stessa opinione, proponendo di tenere in considerazione tale esigenza nelle prossime valutazioni del CdS. I Proff. Corciolani e Masserini si sono trovati d'accordo, sottolineando che una parte di questo lavoro potrebbe essere già svolta all'interno degli stessi corsi di marketing, incoraggiando i docenti a delineare con maggiore chiarezza i legami tra ricerca di mercato e analisi strategica. Anche la Dott.ssa Bottone e il Dott. Cini hanno condiviso pienamente questa proposta.

Il Presidente ha dunque concluso la riunione ringraziando tutti i partecipanti per il tempo dedicato e per i preziosi contributi emersi nel corso del confronto.

Pisa,
24/1/2025

Il presidente del CdS
Prof. Matteo Corciolani

UNIVERSITÀ DI PISA

DIPARTIMENTO DI ECONOMIA E MANAGEMENT



Corso di laurea magistrale in Marketing e ricerche di mercato

Verbale della consultazione dei rappresentanti del mondo del lavoro, 27 gennaio 2025, ore 14:30

Il Comitato d'indirizzo del CdS in Marketing e ricerche di mercato si è riunito il giorno 27 gennaio, alle ore 14:30, in riunione telematica sulla piattaforma Microsoft Teams, per discutere il seguente OdG:

- Comunicazioni
- Adempimenti scheda SUA: Consultazioni con i rappresentanti del mondo del lavoro
- Discussione

All'incontro hanno preso parte il Presidente, Prof. Matteo Corciolani, il Vicepresidente, Prof. Lucio Masserini, e il Dott. Simone Cantini (Carapelli, rappresentante per l'area brand management).

Dopo aver ringraziato i presenti, il Presidente ha sintetizzato i principali punti emersi dal recente Rapporto di Riesame Ciclico e dalle precedenti riunioni. Ha quindi chiesto il contributo del Dott. Cantini, alla luce della sua esperienza nel campo del marketing, e del brand management più nello specifico.

Il Dott. Cantini ha espresso parole di apprezzamento per l'evoluzione del Piano di Studi. In particolare, riguardo all'insegnamento di "Marketing management", di cui si era parlato nel precedente incontro, ha confermato che questa denominazione corrisponderebbe meglio ai contenuti del corso, mentre passare a "Marketing digitale" renderebbe il nome troppo parziale rispetto al programma svolto. Sulla necessità di presentare più chiaramente agli studenti le relazioni tra l'analisi dei dati e la visione strategica, il Dott. Cantini ha poi rafforzato l'idea emersa a valle della prima riunione con i rappresentanti del mondo del lavoro, secondo cui i singoli insegnamenti dell'area marketing potrebbero già offrire, al loro interno, una migliore finestra su questi legami. Peraltro, secondo il Dott., i business case inseriti gradualmente nei vari corsi negli anni – che potrebbero essere ulteriormente aumentati – costituiscono già un'ottima base di partenza per raggiungere tale obiettivo. Sebbene in modo diverso, anche il crescente impegno dei docenti nel favorire incontri con esperti di marketing o di ricerca di mercato va in questa direzione.

Il Dott. Cantini ha inoltre valutato in maniera particolarmente positiva l'inserimento dei corsi di "Economia comportamentale" (area economica sicuramente da conoscere meglio per un ricercatore di marketing), "Data mining: fundamentals" (anche alla luce della fiorente diffusione di dati, un'introduzione a questa disciplina appare assolutamente necessaria) e "Retailing" (considerando la sua esperienza, maturata soprattutto nell'industria di marca, la conoscenza delle dinamiche della distribuzione, con particolare attenzione per la GDO, risulta imprescindibile per un buon brand manager). L'incontro si è dunque concluso con i ringraziamenti del Presidente e del Vicepresidente per gli ulteriori e preziosi feedback ricevuti.

Pisa, 27/1/2025

Il presidente del CdS
Prof. Matteo Corciolani