



### **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, 21 novembre 2025, ore 9**

Il Comitato d'indirizzo del CdS in Marketing e ricerche di mercato si è riunito il giorno 21 novembre, alle ore 9, 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, la Prof.ssa Valeria Pinchera, docente del CdS, 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 riepilogando le principali modifiche regolamentari apportate nell'A.A. 2024/2025, anche grazie al supporto e ai suggerimenti forniti dagli stessi Dott. Bottone e Cini. Dopo una descrizione dettagliata, nella quale sono state presentate anche le possibili nuove modifiche di regolamento sopra richiamate, il Prof. Corciolani ha passato la parola ai due esperti per raccogliere i loro contributi.

La Dott.ssa Bottone ha espresso piena soddisfazione per le modifiche realizzate, valutando in modo particolarmente positivo: i) l'inserimento di vari insegnamenti in lingua inglese ("Legal principles of corporate governance", "Marketing communications", "Data mining: fundamentals", "Project design and management for data science" e "Statistics for business consulting"); ii) l'integrazione della rosa di insegnamenti affini a scelta con due corsi dell'area informatica, pienamente coerenti con lo spirito del CdS ("Data mining: fundamentals" e "Project design and management for data science"); iii) le chiare indicazioni fornite agli studenti su come ottenere i 12 crediti liberi (es. partecipando a progetti con i docenti, oppure al Premio Marketing della Società Italiana Marketing, conseguendo certificazioni presso aziende come Google o Meta, o ancora impegnandosi in attività complementari a quelle svolte nei corsi, tutte molto utili per il prosieguo della carriera).

A questo punto, il Prof. Corciolani ha illustrato alcune delle possibili modifiche in corso di valutazione per l'A.A. 2025/2026, come la riduzione del peso della tesi da 18 a 15 CFU, utilizzando i 3 CFU ricavati per portare il corso di "Marketing management" da 9 a 12 CFU, suddividendolo in due moduli da 6 CFU ciascuno, uno più teorico e uno più applicativo. La stessa operazione potrebbe essere effettuata per il corso di "Indagini campionarie" e per un altro eventuale insegnamento (che potrebbero essere potenziati con CFU aggiuntivi), qualora si riuscisse a ridurre il peso della rosa dell'area economica da 12 a 6 CFU. Tale modifica andrebbe nella direzione già suggerita dalla stessa Dott.ssa Bottone durante l'incontro del gennaio 2025, in cui l'esperta propose una maggiore integrazione tra parti teoriche e applicate nei corsi fondamentali.

Anche il Dott. Cini ha espresso un parere positivo, sollevando un ulteriore punto rilevante: qual è il profilo reale che il CdS intende formare? A suo avviso, il Piano di Studi attuale svolge un eccellente lavoro nel bilanciare le competenze di marketing e di ricerca di mercato. Tuttavia, in un contesto lavorativo sempre più iperspecializzato, potrebbe essere opportuno strutturare un'offerta più mirata. In particolare, la presenza di numerose rose, ognuna con molteplici esami, rischia di generare percorsi incoerenti, derivanti da scelte autonome degli studenti non sempre ben guidate. Il Prof. Corciolani ha quindi chiesto ai due esperti un parere sull'ipotesi di articolare due curriculum distinti: uno orientato alla figura del "marketing manager" e l'altro a quella del "data driver".

# UNIVERSITÀ DI PISA

## DIPARTIMENTO DI ECONOMIA E MANAGEMENT



### Corso di laurea magistrale in Marketing e ricerche di mercato

Sia il Dott. Cini sia la Dott.ssa Bottone hanno ritenuto questa ipotesi vantaggiosa, sottolineando che, in tal caso, le rose potrebbero essere suddivise tra i due percorsi, selezionando per ciascuno gli insegnamenti più adeguati. Il Dott. Cini ha, inoltre, aggiunto che una scelta simile renderebbe più chiari i profili in uscita, facilitando anche l'attivazione di partnership con aziende interessate a una figura più che all'altra. La Dott.ssa Bottone ha, infine, suggerito l'ipotesi di un primo anno comune, in cui collocare gli insegnamenti fondamentali, e di differenziare i curriculum a partire dal secondo anno.

Il Presidente e la Prof.ssa Pinchera hanno quindi ringraziato i due ospiti per il tempo dedicato e i contributi forniti, che saranno discussi nel prossimo Consiglio di CdS.

Pisa,  
21/11/2025

Il presidente del CdS  
Prof. Matteo Corciolani

Corso di laurea magistrale in Marketing e ricerche di mercato

**Verbale della consultazione dei rappresentanti del mondo del lavoro, 21 novembre 2025, ore 10:30**

Il Comitato d'indirizzo del CdS in Marketing e ricerche di mercato si è riunito il giorno 21 novembre, alle ore 10:30, 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, la Prof.ssa Valeria Pinchera, docente del CdS, e il Dott. Luca Lilla (TBWA, area comunicazione di marketing).

Il Presidente ha aperto l'incontro ringraziando i partecipanti e riepilogando le principali modifiche regolamentari introdotte nell'A.A. 2024/2025 e le possibili nuove modifiche pensate per l'A.A. 2025/2026. Dopo una descrizione approfondita, ha ceduto la parola al Dott. Lilla, che ha espresso apprezzamento per l'evoluzione del Piano di Studi, chiedendo poi chiarimenti sui contenuti di alcuni corsi (es. "Diritto industriale e della concorrenza", "Retailing"), per verificarne la copertura tematica.

Il Dott. Lilla ha espresso parere favorevole anche sull'introduzione dei corsi in lingua inglese, ricordando però l'importanza di garantirne un'erogazione corretta, con un alto livello di conoscenza linguistica da parte del docente, pena la perdita del valore aggiunto e l'insorgere di potenziali criticità. Quanto a possibili nuovi contenuti, il Dott. Lilla ha evidenziato l'assenza di riferimenti all'intelligenza artificiale, suggerendo la possibilità di introdurla in modo trasversale in più insegnamenti, oppure tramite un corso o un laboratorio specificamente dedicato.

Il Prof. Corciolani ha quindi chiesto un parere sulla tenuta delle attuali rose d'esami. Su questo punto, il Dott. Lilla ha espresso una posizione differente rispetto agli altri esperti consultati: pur riconoscendo l'esigenza di valutarne la sostenibilità in termini di risorse, ha evidenziato l'importante valore delle rose nel garantire varietà e flessibilità. Ha quindi suggerito di cercare un bilanciamento tra ampiezza dell'offerta formativa e sostenibilità organizzativa.

La Prof.ssa Pinchera ha perciò invitato il Dott. Lilla a una valutazione sulla qualità media degli stagisti provenienti dal CdS e accolti da TBWA, al fine di individuare eventuali aree di miglioramento. L'esperto ha segnalato un netto progresso negli ultimi anni, soprattutto nella capacità di presentazione (es. tramite Canva). Tuttavia, ha rilevato ancora carenze significative nell'uso, anche basilare, di Excel, spesso dato per acquisito dagli studenti ma in realtà non sufficientemente conosciuto, anche a causa della preferenza per software più complessi (es. R) nei corsi, che però non sempre trovano riscontro nella realtà aziendale e consulenziale, dove Excel resta uno strumento fondamentale.

L'incontro si è quindi concluso con i ringraziamenti del Presidente e della Prof.ssa Pinchera per i preziosi feedback ricevuti.

Pisa, 21/11/2025

Il presidente del CdS  
Prof. Matteo Corciolani

