

Piano di studi 2026-2027
Corso di Laurea in MARKETING E RICERCHE DI MERCATO
Classe LM-77

I ANNO - 63 CFU				
CFU	Disciplina	SSD	TAF	Ambito
9	Indagini campionarie	13/STAT-01/A	B	Statistico-matematico
9	Marketing management	13/ECON-07/A	B	Aziendale
9	Statistica per le ricerche di mercato	13/STAT-02/A	B	Statistico-matematico
12	A scelta dello studente (*)		D	
	6 CFU a scelta tra i seguenti:			
6	Legal principles of corporate governance	12/GIUR-02/A	B	Insegnamenti caratterizzanti - ambito giuridico
6	Diritto dell'informatica	12/GIUR-03/A		
6	Diritto industriale e della concorrenza	12/GIUR-02/A		
	6 CFU a scelta tra i seguenti:			
6	Marketing e qualità del prodotto	13/ECON-10/A	C	Insegnamenti a scelta - affini
6	Retailing	13/ECON-07/A		
	12 CFU a scelta tra i seguenti:			
12	Industrial organization e teoria dei giochi	13/ECON-01/A, 13/ECON-04/A	B	Insegnamenti caratterizzanti - ambito economico
6	Economia comportamentale	13/ECON-01/A		
6	Storia della comunicazione d'impresa	13/STEC-01/B		

II ANNO - 57 CFU				
CFU	Disciplina	SSD	TAF	Ambito
9	Analisi e ricerche di marketing	13/ECON-07/A	B	Aziendale
6	Modelli demografici per la ricerca di mercato	13/STAT-03/A	C	Statistico-matematico
9	Storia dei consumi	13/STEC-01/B	B	Economico
18	Prova finale		E	
	9 CFU a scelta tra i seguenti:			
9	Marketing communications	13/ECON-07/A	B	Insegnamenti a scelta - caratterizzanti
9	Marketing dei servizi	13/ECON-07/A		
	6 CFU a scelta tra i seguenti:			
6	Corporate governance	13/ECON-06/A	C	Insegnamenti a scelta - affini
6	Diritto pubblico dell’ambiente e dello sviluppo sostenibile	12/GIUR-05/A		
6	Statistics for business consulting	13/STAT-02/A		

Legenda: CFU = Credito Formativo Universitario; SSD = Settore Scientifico Disciplinare; TAF = Tipologia Attività Formativa; TAF B = Attività caratterizzante; TAF C = Attività affine-integrativa; TAF D = Attività a scelta dello studente; TAF E = Lingua e prova finale; TAF F = altro.

(*) Sono inseribili come attività a libera scelta dello studente:

- Stage;
- Insegnamenti del piano di studi non già scelti;
- Insegnamenti di altra laurea magistrale previa richiesta al CdS;
- Corsi “trasversali”, ovvero insegnamenti su temi di interesse generale che, per il loro carattere multidisciplinare, possono essere inseriti nei Piani di Studi di diversi corsi di laurea, come ad esempio: L’AGENDA 2030 E GLI OBIETTIVI PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE (3 CFU) oppure START UP E MULTIDISCIPLINARIETÀ: A ROAD MAP (6 CFU) (<https://www.unipi.it/index.php/offerta/item/25145-corsi-trasversali>);
- Altre attività integrative (pacchetti da 3 CFU) previa richiesta al CdS, come ad esempio:
 - o Corsi con certificazioni (es. Google, Meta, TikTok, LinkedIn), tenendo presente che, per ottenere 3 CFU, è necessario completare almeno 3 corsi e che, nel caso di Google, corsi particolarmente apprezzati dalle aziende sono: Google Ads Search, Google Analytics 4, Google Video Ads, Google Shopping Ads, Google Display Ads, Google Ads App;
 - o Partecipazione al Premio Marketing della Società Italiana Marketing con valutazione di idoneità da parte del tutor del progetto;
 - o Progetti di collaborazione con i docenti del CdS mediante micro-ricerche assegnate, attività di comunicazione del CdS, ecc. (si precisa che tali progetti possono consistere anche in esercitazioni pratiche e attività sul campo, svolte in collaborazione con aziende-partner, e che, ai fini dell’assegnazione dei 3 CFU, è prevista una verifica al termine dell’attività [es. test, presentazione, colloquio, ecc.]. Si specifica inoltre che, all’interno di un singolo insegnamento, si possono svolgere al massimo 2 progetti di questo tipo [max 6 CFU]).

Legenda: CFU = Credito Formativo Universitario; SSD = Settore Scientifico Disciplinare; TAF = Tipologia Attività Formativa; TAF B = Attività caratterizzante; TAF C = Attività affine-integrativa; TAF D = Attività a scelta dello studente; TAF E = Lingua e prova finale; TAF F = altro.