

**Corso di laurea magistrale MARKETING e MERCATI GLOBALI percorso Marketing globale -
Piano di Studi A.A. 2026/2027**

INSEGNAMENTI PRIMO ANNO

N.	INSEGNAMENTO	MODULO	TIPO	AMBITO	SETTORE	NUOVO SSD	CFU MODULO	CFU INSEGNAM ENTO
1	GLOBAL MARKETING MANAGEMENT	Marketing management	B	AZIENDALE	SECS-P/08	ECON-07/A	6	12
		Digital communication	B	AZIENDALE	SECS-P/08	ECON-07/A	6	
2	STRATEGIC MANAGEMENT	Competitive strategy	B	AZIENDALE	SECS-P/08	ECON-07/A	6	11
		Innovation Management and Entrepreneurship	B	AZIENDALE	SECS-P/08	ECON-07/A	5	
3	GLOBAL ACCOUNTING	Global Accounting	B	AZIENDALE	SECS-P/07	ECON-06/A	6	6
4	METODI E STRUMENTI PER LE INDAGINI DI MARKETING	Elementi di programmazione	C		INF/01	INFO-01/A	3	12
		Metodi Statistici per il Marketing	C		SECS-S/05	STAT-03/B	9	
5	UN INSEGNAMENTO A SCELTA TRA							
	DIRITTO COMMERCIALE DELL'UNIONE EUROPEA	Diritto commerciale dell'unione europea	B	GIURIDICO	IUS/14	GIUR-10/A	8	8
	DIRITTO DELLE COMUNICAZIONI	Diritto delle comunicazioni	B	GIURIDICO	IUS/04	GIUR-02/A	8	
6	STORIA DELL'IMPRESA	Storia dell'impresa	B	ECONOMICO	SECS-P/12	STEC-01/B	5	5
	ULTERIORI CONOSCENZE LINGUISTICHE (COMMUNICATION SKILLS)	Ulteriori conoscenze linguistiche (Communication skills)	F				2	2
	Totale I anno							56

INSEGNAMENTI SECONDO ANNO

N.	INSEGNAMENTO	MODULO	TIPO	AMBITO	SETTORE		CFU MODULO	CFU INSEGNAM
7	INTEGRATED FINANCIAL COMMUNICATION	Integrated financial communication	B	AZIENDALE	SECS-P/08	ECON-07/A	8	8
8	GLOBAL RETAILING	Global Retailing	B	AZIENDALE	SECS-P/08	ECON-07/A	8	8
9	PRICE MANAGEMENT	Price management	B	AZIENDALE	SECS-P/08	ECON-07/A	6	6
10	INDUSTRIAL ORGANIZATION	Industrial organization	B	ECONOMICO	SECS-P/06	ECON-04/A	9	9
11	ANALISI QUANTITATIVE D'IMPRESA PER I MERCATI GLOBALI	Analisi quantitative di mercato (C.P.)	B	STAT-MAT	SECS-S/03	STAT-02/A	5	10
		Piani Sperimentali per il Marketing	B	STAT-MAT	SECS-S/01	STAT-01/A	5	
12	A SCELTA DELLO STUDENTE		D				8	8
	PROVA FINALE		E				15	15
	Totale II anno							64