

**PROPOSTA DI ATTIVAZIONE** <sup>1</sup>

Master Universitario di I livello	<input checked="" type="checkbox"/>	Corso di Perfezionamento	<input type="checkbox"/>
Master Universitario di II livello	<input type="checkbox"/>	Corso di Formazione	<input type="checkbox"/>
Altra tipologia <sup>2</sup>	<input type="checkbox"/>		

**Titolo** M3 - MASTER IN MARKETING MANAGEMENT

**Title (inglese)** M3 - MASTER IN MARKETING MANAGEMENT

**a) Proponente del corso** Prof. Roberto Chierici  
**Qualifica** Professore Associato  
**Dipartimento** Sc. Economico-Aziendali e Diritto per l'Economia  
**Tel.** 0264483254 **E-mail** roberto.chierici@unimib.it

**b) Segreteria didattica e organizzativa**

**Struttura e indirizzo** CRIET - Centro di Ricerca Interuniversitario in Economia del Territorio  
**Tel.** 0264483237 **E-mail** m3@unimib.it

**c) A.A. di attivazione** 2023-2024  
**Data avvio corso**<sup>3</sup> 27 novembre 2023  
**Data chiusura corso**<sup>4</sup> 27 novembre 2024

**d) Sito web del corso** <https://m3.b4m.unimib.it/>


**e) Numero massimo allievi**<sup>5</sup> 24  
**Numero minimo allievi**<sup>6</sup> 9

**f) Contributo d'iscrizione**<sup>7</sup> € 6.500,00

**g) Spazi /strutture utilizzati per lo svolgimento delle attività didattiche del corso**

<input checked="" type="checkbox"/> Ateneo	Denominazione struttura/edificio (prevalente) e indirizzo Dipartimento di Scienze Economico-Aziendali e Diritto per l'Economia - Edificio U6 Laboratori informatici d'ateneo
--	---

**Altre sedi:**<sup>8</sup>

 Pagina 1 di 13	A1_MAFOP_M_Proposta01	Modulo di proposta di attivazione	Rev.17 - Emissione: 04/02/2022
	Redatta da: Mara Bonaldo	Approvata da: Elena La Torre	Emessa da: Francesca Crosta

<input type="checkbox"/> Enti Ospedalieri <i>(autorizzazione allegata o trasmessa via PEC)</i> <sup>9</sup>	
<input type="checkbox"/> Altra/e sede/i <sup>10</sup>	


**h) Collaborazioni per risorse strutturali e/o strumentali e/o umane di soggetti esterni pubblici o privati (a titolo gratuito o con oneri) - (le lettere di intenti devono essere inviate via PEC a [ateneo.bicocca@pec.unimib.it](mailto:ateneo.bicocca@pec.unimib.it) per la stipula della relativa convenzione)**

Il proponente del corso dichiara di aver svolto un'indagine di mercato per l'individuazione dei seguenti soggetti esterni, in considerazione dell'indisponibilità di risorse interne dell'Ateneo:

Ragione Sociale soggetto esterno	Indirizzo mail Sede Legale	Referente soggetto esterno
TRIBOO S.P.A.	Viale Sarca 336, edificio sedici, 20126 Milano	Giulio Corno
Tipologia collaborazione	Costo previsto <sup>11</sup> / titolo gratuito	Motivazione della scelta del soggetto esterno <sup>12</sup>
Risorse umane per docenza -selezionare- -selezionare- NOTE:	€ 3.600,00 € €	Elevata specializzazione in materia di comunicazione digitale ed esperienza positiva nell'ambito delle edizioni precedenti.

Ragione Sociale soggetto esterno	Indirizzo mail Sede Legale	Referente soggetto esterno
Farport Software S.r.l.	Viale Giulio Cesare, 2 00192 Roma	Riccardo Guggiola
Tipologia collaborazione	Costo previsto / titolo gratuito	Motivazione della scelta del soggetto esterno
Risorse umane per docenza Altro (specificare nello spazio sottostante) -selezionare- NOTE: licenza software	€ 2.400,00 € 750,00 €	L'azienda offre una piattaforma web based per l'apprendimento di pratiche e tecniche legate al settore della pubblicità e marketing digitale. Attraverso il software e i docenti specializzati, l'azienda offre un'esperienza di simulazione digitale all'avanguardia che permette di testare le abilità di utilizzo delle piattaforme web based che si utilizzano nelle aziende e agenzie per la comunicazione digitale.

Ragione Sociale soggetto esterno	Indirizzo mail Sede Legale	Referente soggetto esterno
Tipologia collaborazione	Costo previsto / titolo gratuito	Motivazione della scelta del soggetto esterno

	A1_MAFOP_M_Proposta01	Modulo di proposta di attivazione	Rev.17 - Emissione: 04/02/2022
	Redatta da: Mara Bonaldo	Approvata da: Elena La Torre	Emessa da: Francesca Crosta
Pagina 2 di 13			

-selezionare-	€	
-selezionare-	€	
-selezionare-	€	
NOTE:		

<b>Ragione Sociale soggetto esterno</b>	<b>Indirizzo mail Sede Legale</b>	<b>Referente soggetto esterno</b>
<b>Tipologia collaborazione</b>	<b>Costo previsto / titolo gratuito</b>	<b>Motivazione della scelta del soggetto esterno</b>
-selezionare-	€	
-selezionare-	€	
-selezionare-	€	
NOTE:		

<b>Ragione Sociale soggetto esterno</b>	<b>Indirizzo mail Sede Legale</b>	<b>Referente soggetto esterno</b>
<b>Tipologia collaborazione</b>	<b>Costo previsto / titolo gratuito</b>	<b>Motivazione della scelta del soggetto esterno</b>
-selezionare-	€	
-selezionare-	€	
-selezionare-	€	
NOTE:		

**i) Contributi economici da parte di soggetti esterni pubblici o privati**

*(le lettere di intenti devono essere inviate via PEC a [ateneo.bicocca@pec.unimib.it](mailto:ateneo.bicocca@pec.unimib.it))*

<b>Ragione Sociale soggetto esterno</b>	<b>Indirizzo mail Sede Legale</b>	<b>Nome Cognome Rappr. Legale</b>	<b>Tipologia collaborazione</b>	<b>Importo in entrata <sup>13</sup></b>
			-selezionare-	€
			-selezionare-	€
			-selezionare-	€
			-selezionare-	€
NOTE:				

**j) Agevolazioni economiche per gli studenti**

Sì  No

<input type="checkbox"/> <b>Borse di studio</b>	
Importo totale borse di studio	<input type="checkbox"/> In corso di definizione <sup>14</sup> <input type="checkbox"/> Euro <sup>15</sup>

Criteri di assegnazione <sup>16</sup>			
<input type="checkbox"/> Merito -ordine priorità-	<input type="checkbox"/> media votazioni prove di verifica intermedie		
	<input type="checkbox"/> graduatoria di selezione		
<input type="checkbox"/> Reddito -ordine priorità- (attestazione ISEE per le prestazioni agevolate per il diritto allo studio universitario)			
Tipo di agevolazione	Quota per studente	N. studenti	Totale
<input type="checkbox"/> Borse di studio ≤ del contributo d'iscrizione (IMPORTI LORDI AZIENDALI, soggetti a tassazione come da normativa vigente)			
<input type="checkbox"/> Borse di studio <b>eccedenti</b> il contributo di iscrizione (IMPORTI LORDI AZIENDALI, soggetti a tassazione come da normativa vigente)			

<input type="checkbox"/> <b>Posti GRATUITI riservati al personale tecnico-amministrativo dell'Università di Milano-Bicocca (massimo n. 2 posti)<sup>17</sup></b>		
Tipologia iscrizione	Nr. posti	Modalità di assegnazione
<input type="checkbox"/> Allievi		Selezione come da bando
<input type="checkbox"/> Uditori		Selezione come da bando
<input type="checkbox"/> Insegnamenti singoli ( )		Domande accolte in ordine di arrivo previo colloquio

<input checked="" type="checkbox"/> <b>PA 110 e lode Accordo Funzione Pubblica - Formazione per i dipendenti pubblici<sup>18</sup></b>			
Tipologia iscrizione	Nr. posti	Agevolazione	Modalità di assegnazione
Allievi	4	<b>15%</b>	Selezione come da bando


<b>Altra tipologia di agevolazione</b>	N. studenti	Agevolazione prevista
<input type="checkbox"/>		
<input type="checkbox"/>		
<input type="checkbox"/>		
<input type="checkbox"/>		

k) STAGE/PROJECT WORK: SI'  NO

L'avvio dello stage è previsto entro il primo mese di attività didattica? SI'  NO


Nominativo Tutor universitario / i (solo docenti interni) Prof. Roberto Chierici, Prof. Angelo di Gregorio

Disponibilità soggetti ospitanti

	A1_MAFOP_M_Proposta01	Modulo di proposta di attivazione	Rev.17 - Emissione: 04/02/2022
	Redatta da: Mara Bonaldo	Approvata da: Elena La Torre	Emessa da: Francesca Crosta
Pagina 4 di 13			

Il proponente del corso dichiara che i seguenti soggetti sono stati contattati e sono disponibili ad accogliere in stage gli allievi del corso:

Ragione Sociale Soggetto ospitante	Indirizzo Sede Legale	Nominativo del referente aziendale	Indirizzo e-mail del referente aziendale	N. telefono del referente aziendale	N. allievi
TRIBOO	Viale Sarca 336, Edificio 16, 20126 Milano (MI)	MARINELLA SAORIN	marinella.saorin@ triboo.it	02 64741448	2
Farport Software S.r.l.	Viale Gulio Cesare 2, 001982 Roma	RICCARDO GUGGIOLA	rg@gamsplatform. com>		1
DIGITAL 360 SpA	Via Copernico 38, 20125 Milano (MI)	Davide Marasco	davide.marasco@ digital360hub.it		3
Ipsos	Via Tolmezzo 15, 20132 Milano (MI)	ANDREA ALEMANNO	Andrea.Alemanno @Ipsos.com	02 361051	2
RETAIL INSTITUTE	Foro Buonaparte, 12 - 20121 Milano (MI)	MARCO ZANARDI	m.zanardi@retaili nstitute.it	02 76016405	2
Weber Shandwick	Via Vigevano 18 20144, Milano (MI)	CARLA PAROLINI	cpaolini@webersh andwickitalia.it	02 57378203	3
GROUPM	Via del Mulino, 4, 20090 Assago (MI)	PAOLA CINIERO	paola.ciniero@rro upm.com	02 33644290	2
BNL BNP-Paribas	Viale Altiero Spinelli, 30, Roma	LUCA BONANSEA	luca.bonanseas@b nlmail.com	06 47027473	3
AWIN	Via Vincenzo Monti 8, 20123 Milano (MI)	Francesco Codato	francesco.codato @awin.com		2
BeReady Srl	Via Ripamonti 44, Unità, 25, 20141 Milano (MI)	MARCO ZANARDI	m.zanardi@berea dy.ag		1
DCA Italy	Via Giovanni Ansaldo 9, 20126 Milano (mi)	ALESSANDRO MAGGIONI	a.maggioni@dca italy.com		1
ThinkOpen S.p.A.	Palazzo C2, Strada 2, 20090 Assago (MI)	DANIELE CARDESI	daniele.cardesi@t hinkopen.it		2

	A1_MAFOP_M_Proposta01	Modulo di proposta di attivazione	Rev.17 - Emissione: 04/02/2022
	Redatta da: Mara Bonaldo	Approvata da: Elena La Torre	Emessa da: Francesca Crosta

Qualora intervengano variazioni nelle disponibilità degli enti, le stesse andranno segnalate all'Ufficio Stage prima dell'avvio dell'attività di stage.

**l) Eventuale attivazione di precedenti edizioni**

Corso di nuova attivazione	<input type="checkbox"/> SI'
	<input checked="" type="checkbox"/> Edizione n. XII

**m) Solo per corsi/master di AREA MEDICA**

Ai fini dell'individuazione dell'importo della copertura assicurativa di R.C. professionale medica-assistenziale, il proponente dichiara che l'attività formativa e didattica prevista è prevalentemente:

Di tipo INVASIVO <input type="checkbox"/>	Di tipo NON INVASIVO <input type="checkbox"/>
---	---

**REGOLAMENTO DIDATTICO DEL CORSO**

**n) Obiettivi**

M3 - Master in Marketing Management è un nuovo modo di fare università e di prepararsi al mondo del lavoro.

M3 si propone di far crescere i partecipanti e di prepararli alla vita d'azienda. Il percorso formativo da una parte sviluppa le competenze in marketing management in termini di prodotto, comunicazione e distribuzione, e, dall'altra, prevede momenti dedicati all'approfondimento delle conoscenze linguistiche, informatiche, relazionali e gestionali, indispensabili nella quotidianità aziendale.

L'organizzazione full-time delle lezioni e la presenza di momenti dedicati a lavori di gruppo e a interventi da parte del mondo imprenditoriale e istituzionale contribuiscono ad accrescere le capacità relazionali e comunicative degli allievi, a fare squadra e ad abituarsi all'intensità dei ritmi aziendali.

La XII edizione prevede dal punto di vista didattico un notevole approfondimento dei contenuti legati alla comunicazione digitale e alla gestione dei social network, in quanto molto richiesti dal mercato del lavoro e, dal punto di vista metodologico, intende dare grande spazio alle esercitazioni pratiche, ai casi aziendali e ai progetti in collaborazione con le aziende.


La XII edizione propone, in collaborazione con il GRUPPO TRIBOO e Farport Software, un percorso didattico di DIGITAL TRANSFORMATION per comprendere l'impatto dell'innovazione sull'impresa e le crescenti opportunità di marketing, branding e business.

M3 è articolato in tre momenti formativi:

1. Sviluppo delle competenze

Il Master intende favorire l'acquisizione delle necessarie competenze per inserirsi in modo efficace ed efficiente nelle funzioni marketing, comunicazione e vendite in aziende che operano in contesti sia nazionali che internazionali.

E' previsto l'approfondimento – sia a livello strategico che operativo – di tre aree tematiche: l'area "prodotto" nella quale si esaminano i molteplici aspetti del branding per il soddisfacimento dei bisogni della domanda in un'ottica competitiva; l'area "comunicazione" nella quale l'obiettivo è capire come assicurare valore aggiunto al prodotto, sottolineandone soprattutto le valenze simboliche; l'area della "distribuzione" in cui si analizzano canali e modalità di gestione sia tradizionali, sia legati alla GDO, sia di

	A1_MAFOP_M_Proposta01	Modulo di proposta di attivazione	Rev.17 - Emissione: 04/02/2022
	Redatta da: Mara Bonaldo	Approvata da: Elena La Torre	Emessa da: Francesca Crosta
Pagina 6 di 13			

tipo on line.

Per l'intera durata del master è prevista un'area tematica trasversale di "business administration" finalizzata al conseguimento di conoscenze e competenze in materia di accountancy e controllo di gestione per facilitare l'integrazione con le altre funzioni di impresa.

### 2. Sviluppo della persona

Attraverso l'approfondimento delle competenze relazionali (team building, leadership, communication e public speaking), informatiche (strumenti di produttività personale) linguistiche (business english) e gestionali si intende rendere autonomi gli allievi nello svolgimento delle attività lavorative di base e ridurre i tempi di formazione e inserimento in azienda.

### 3. Sviluppo operativo in azienda

L'esperienza professionale nelle aziende partner permette di verificare sul campo le conoscenze e le metodologie di lavoro acquisite durante la formazione d'aula. I partecipanti saranno affiancati da un tutor aziendale e al termine dello stage dovranno redigere un project work in raccordo con l'azienda partner.

Sono inoltre previste le seguenti attività integrative:

- Aperitivi-dibattito con le aziende partner per conoscere i percorsi di vita e le esperienze di business degli imprenditori e dei manager delle aziende partner.
- Seminario in materia di tecniche di negoziazione.
- Project work applicativi, per verificare l'acquisizione delle conoscenze acquisite in aula e la capacità di applicazione in contesti pratici.
- Orientamento al lavoro, modulo finalizzato a fornire gli strumenti per avvicinarsi al mercato del lavoro (stesura CV, profilo LinkedIn, valutazione competenze, simulazione colloqui, colloqui individuali,...)


## o) Analisi del fabbisogno formativo e sbocchi occupazionali

M3 è un percorso formativo che nasce dalle esigenze reali del mondo imprenditoriale. Università e aziende si uniscono per formare risorse umane che possano inserirsi all'interno delle funzioni marketing, comunicazione e vendite.

Il Master si caratterizza per il forte coinvolgimento delle aziende partner che intervengono nella formazione in aula con docenze e presentazioni di case history, partecipano agli aperitivi-dibattito e mettono a disposizione stage.

## p) Organizzazione del Corso

Il corso si svolge in lingua: italiana	
<input checked="" type="checkbox"/> Frequenza settimanale full-time (lun-ven) <input type="checkbox"/> Frequenza settimanale part-time ( <i>precisare</i> ) <input type="checkbox"/> Frequenza fine settimana ( <i>precisare</i> ) <input type="checkbox"/> Altro ( <i>specificare</i> )	Formazione in aula (fisica e/o virtuale) da novembre 2023 ad aprile 2024 - da lunedì a venerdì (orario 9-13 e 14-18)
Modalità di svolgimento dell'attività didattica: <input checked="" type="checkbox"/> Convenzionale <input checked="" type="checkbox"/> Blend/modalità mista <input type="checkbox"/> E-learning	

	A1_MAFOP_M_Proposta01	Modulo di proposta di attivazione	Rev.17 - Emissione: 04/02/2022
	Redatta da: Mara Bonaldo	Approvata da: Elena La Torre	Emessa da: Francesca Crosta
Pagina 7 di 13			

Note
------

ORE E CFU <sup>19</sup>	ORE	CFU
Lezioni frontali e esercitazioni e/o laboratori	558	44
Stage/Project work <sup>20</sup>	375	15
Prova finale <sup>21</sup> (attività individuale per la preparazione-solo CFU)	-	1
<b>Totale</b>	<b>933</b>	<b>60</b>

#### q) Prove di verifica del corso

La composizione delle commissioni giudicatrici previste per le diverse procedure del corso deve rispettare criteri oggettivi di trasparenza ed imparzialità (prevedendo la turnazione dei componenti), nel rispetto dei vincoli stabiliti dalle norme vigenti.

<b>Prove di verifica intermedie (esami):<sup>22</sup></b>	Tipo verifica	Valutazione <sup>23</sup>
	<input type="checkbox"/> Sì <input type="checkbox"/> No	<input checked="" type="checkbox"/> Prova scritta <input checked="" type="checkbox"/> Prova orale
Note:		

<b>Prova finale <sup>24</sup>(obbligatoria):</b>	Tipo verifica	Note:
	<input type="checkbox"/> Prova scritta <input checked="" type="checkbox"/> Prova orale	Esposizione del project work di fine corso.

#### r) Obblighi di frequenza

La frequenza da parte degli iscritti alle attività del corso è obbligatoria.

Per l'acquisizione dell'attestazione finale è richiesta la presenza per almeno il 75% delle ore di lezione e il 75% di stage o project work.

Il Comitato Scientifico stabilisce la percentuale di frequenza obbligatoria per ciascuna attività.

#### s) Titoli di studio richiesti per l'ammissione:

<b>Laurea triennale</b>	
TUTTE	
Numero classe	Denominazione

<b>Laurea specialistica/magistrale</b>	
TUTTE	
Numero classe	Denominazione

<b>Laurea con ordinamento previgente al D.M. 509/99</b>	
TUTTE	
Denominazione	



<b>Diploma universitario</b> <sup>25</sup>
TUTTI I TRIENNALI
Denominazione

<b>Altri titoli di studio equiparati</b> <sup>26</sup>
Denominazione

<b>Altri titoli o requisiti obbligatori</b>

<b>Titoli o requisiti preferenziali</b>


**t) Selezione**

Tipologia delle prove di ammissione <sup>27</sup>	Colloquio motivazionale Prova scritta finalizzata a verificare le competenze base di marketing, Excel e lingua inglese
Titoli valutabili (tipo e punteggio)	Titolo di laurea (voto finale) fino a un massimo di 8 punti
Criteri di valutazione	Valutazione CV, colloquio motivazionale (coerenza delle aspettative del candidato con gli obiettivi del Master), prova scritta
Votazione espressa in	altro-specificare sessantesimi
Tipologia della prova: <input checked="" type="checkbox"/> Valutazione del Curriculum vitae et studiorum: <input checked="" type="checkbox"/> Valutazione dei titoli: <input checked="" type="checkbox"/> Prova scritta: <input checked="" type="checkbox"/> Colloquio: <input type="checkbox"/> Altro: Totale	Punteggio per voce 10 8 12 30
Data/e <sup>28</sup> (ipotesi: per date definitive vedi bando)	10 ottobre 2023
Orario (ipotesi: per orari definitivi vedi bando)	9:30
Sede <sup>29</sup> (ipotesi: per sede definitiva vedi bando)	Aula 3010T - III piano - Edificio U7 (da remoto nel caso di problemi legati alla pandemia di COVID-19)

**u) Uditori** <sup>30</sup>

SI  NO

Posti disponibili <sup>31</sup>	
---------------------------------	--

	A1_MAFOP_M_Proposta01	Modulo di proposta di attivazione	Rev.17 - Emissione: 04/02/2022
	Redatta da: Mara Bonaldo	Approvata da: Elena La Torre	Emessa da: Francesca Crosta

Quota di partecipazione	
Requisiti di accesso	
Modalità di selezione	

v) Insegnamenti singoli <sup>32</sup> (solo per i master)

SI  NO

Posti disponibili <sup>33</sup>	
Quota di partecipazione <sup>34</sup>	
Requisiti di accesso <sup>35</sup>	

w) Comitato Scientifico <sup>36</sup>


Nome e cognome	Interno Ateneo	INTERNI: Dipartimento di afferenza ESTERNI: Ente/Azienda di appartenenza	Qualifica
<b>Presidente (Proponente e Direttore del corso)</b>			
Prof. Roberto Chierici	Sì	Dipartimento di Scienze Economico-Aziendali e Diritto per l'Economia	PA
<b>Componenti</b>			
Prof. Angelo Di Gregorio	<input checked="" type="checkbox"/>	Dipartimento di Scienze Economico-Aziendali e Diritto per l'Economia	PO
Prof. Claudio Chiacchierini	<input checked="" type="checkbox"/>	Dipartimento di Scienze Economico-Aziendali e Diritto per l'Economia	PO
Prof.ssa Alice Mazzucchelli	<input checked="" type="checkbox"/>	Dipartimento di Scienze Economico-Aziendali e Diritto per l'Economia	PA
Prof.ssa Barbara Del Bosco	<input checked="" type="checkbox"/>	Dipartimento di Scienze Economico-Aziendali e Diritto per l'Economia	PA
Prof.ssa Cinzia Giglioni	<input type="checkbox"/>	Università Roma "La Sapienza"	PA
	<input type="checkbox"/>		
	<input type="checkbox"/>		
	<input type="checkbox"/>		
	<input type="checkbox"/>		
	<input type="checkbox"/>		
	<input type="checkbox"/>		
	<input type="checkbox"/>		

x) Note particolari <sup>37</sup>

--

**Modulo composto da 4 sezioni:**

1. Proposta di attivazione
2. Regolamento didattico
3. Piano finanziario <sup>38</sup>
4. CV nuovi collaboratori esterni

	A1_MAFOP_M_Proposta01	Modulo di proposta di attivazione	Rev.17 - Emissione: 04/02/2022
	Redatta da: Mara Bonaldo	Approvata da: Elena La Torre	Emessa da: Francesca Crosta


Successivamente al parere positivo della Commissione Master, la proposta è adottata dal Consiglio di Dipartimento, sottoposta al parere del Senato accademico ed è approvata dal Consiglio di amministrazione. Dopo l'approvazione, il corso è attivato con decreto del Rettore.

La Proposta e il Piano Didattico saranno pubblicati sul sito web dell'Ateneo dopo l'approvazione degli Organi di governo.

Data

**Firma del proponente del corso**

\_\_\_\_\_

	A1_MAFOP_M_Proposta01	Modulo di proposta di attivazione	Rev.17 - Emissione: 04/02/2022
	Redatta da: Mara Bonaldo	Approvata da: Elena La Torre	Emessa da: Francesca Crosta
Pagina 11 di 13			