Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale

Master in

Marketing & Retail Management

I livello

Obiettivi formativi
Il Master si propone di offrire un percorso di eccellenza per formare professionisti che intendano acquisire conoscenze e sviluppare competenze nell'ambito del marketing, nel management della distribuzione commerciale e nella comunicazione d'impresa, con un approccio ad alto contenuto specialistico e professionalizzante garantito dalla partecipazione di autorevoli manager nell'attività d'aula.
La metodologia didattica e le tecniche di discussione di casi aziendali e di problem solving consentiranno ai partecipanti di apprendere conoscenze avanzate e di sviluppare abilità/capacità di analisi dei mercati, di monitoraggio delle informazioni, di gestione e controllo delle vendite, di studio dei comportamenti di acquisto e di consumo ed altro, in una logica di management di imprese industriali e commerciali, nel food e nel no food.

Per il raggiungimento di tali obiettivi, il Master prevede una rigorosa attività di lezioni frontali impartite da docenti universitari e da autorevoli manager d'impresa con la finalità di coniugare sapere e saper fare nella gestione di contesti/mercati complessi.

Opportunità occupazionali
I contenuti del Master offrono un'ampia preparazione tecnica utile all'inserimento presso realtà multinazionali, nelle PMI, in ruoli manageriali presso la Grande Distribuzione Organizzata, nelle relazioni pubbliche istituzionali, nell'attività di consulenza, in ragione delle forti esigenze di competenze specialistiche espresse dal mercato.
In particolare il Master, nella sua struttura, prepara per ruoli di marketing manager, brand manager, trade marketing manager, store manager, category manager, visual merchandiser, sales manager, media relation manager.

Coordinamento didattico e scientifico
Prof. Marcello Sansone

Collaborazioni
Università italiane e imprese private

Carico complessivo formativo
1500 ore- (lezioni frontali, studio individuale, project work, stage in azienda, prova finale)

N.Max di studenti ammessi
25

REGOLAMENTO DIDATTICO DEL CORSO DI Master in Marketing e Retail Management

a) criteri di accesso al corso e modalità di accertamento degli eventuali requisiti di ammissione:

1. La selezione per l'accesso al corso di master avviene per titoli ed esami.
2. Ai fini dell'accesso:
   - Il candidato deve essere in possesso della laurea di primo livello o titoli accademici superiori;
   - A parità di titoli sarà selezionato il candidato con voto finale più elevato;
   - A parità di voti saranno valutati altri titoli certificati;
   - Costituiscono punteggio favorevole per il candidato anche le certificazioni internazionali riferite alla conoscenza di lingue straniere.

Ai fini dell'immatricolazione gli aspiranti studenti del Corso di Master saranno sottoposti ad un colloquio d'ingresso finalizzato a conoscere la motivazione dei discenti e alcuni elementi segnaletici di conoscenza delle materie del Master.
Il Collegio dei Docenti del Corso di Master verifica i requisiti minimi per l'accesso, stabilisce il contenuto del colloquio, i criteri di selezione e, valutato il raggiungimento di un numero di pre iscrizioni superiore a 25, stabilisce la data del colloquio e la composizione della commissione di nomina Rettorale.
La prova, nello specifico, sarà mirata a rilevare un livello minimo di percezione del/dei tema/temi trattato/i nel Master e l'attitudine allo studio di problematiche sociali, psicologiche, sociologiche, dell'ambito giuridico, economico e sociale delle organizzazioni con particolare ma non esclusivo riferimento alle imprese private. Al colloquio si attribuisce un punteggio massimo di 30 punti con soglia di sufficienza segnalata a 18 punti su 30.
La Commissione, valutato l'esito della prova selettiva, stila la graduatoria d'accesso. Coloro che nella graduatoria si saranno collocati fino al numero 25 potranno formalizzare l'iscrizione. Nella graduatoria di accesso saranno indicati anche gli eventuali idonei soprannumerari che potranno formalizzare l'iscrizione in caso di ritiro di idonei, scorrendo la graduatoria, compresi entro il 25esimo posto.
Eventuali ritiri di candidati ammessi dovranno pervenire alla segreteria studenti dell'Università di Cassino entro e non oltre la data indicata nel bando e comunque prima dell'inizio dei corsi.

Dettaglio dei macro-moduli

Denominazione modulo	CFU
Business management	4
Elementi di bilancio e di controllo di gestione per il management di imprese industriali e commerciali.	4
Elementi di diritto per il marketing e la distribuzione commerciale	4
Strumenti e tecniche di analisi di mercato	5
Marketing mix	6
Trade e retail marketing	6
Retail management e sistemi logistici	6
Consumatori, filiere e qualità	6
Risorse umane, team building e organizzazione del lavoro	4
Stage	10
Project work e prova finale	5
TOTALE	60

b) tipologia delle forme didattiche, delle altre verifiche di profitto degli studenti e della prova finale per il conseguimento del titolo:

Le lezioni frontali e i case study costituiscono le forme didattiche scelte per il Master in Marketing e Retail Management; sono previste delle prove di verifica a risposta multipla a seguito della chiusura di ogni modulo formativo e la verifica di profitto finale consiste nella pubblica discussione e presentazione di un elaborato approntato dal candidato nel corso delle sue attività teoriche e pratiche guidate dalla supervisione di un docente del master.

Aricolazione analitica del carico di lavoro complessivo e ripartizione delle attività

Lezioni frontali	315
Studio individuale	792
Project work e prova finale	125
Verifica di profitto a termine di ogni modulo formativo	18
Stage	250
Totale	**1500**