
Seminari ed attività di ricerca sostitutiva dello stage A.A. 2019/20

Premio Marketing per l'Università Società Italiana Marketing

Prof.ssa Antonella Zucchella – Prof.ssa Birgit Hagen

A chi si rivolge: il Ciclo di Seminari si rivolge agli studenti iscritti al corso di Laurea Triennale in Management (CLAM). Non sono richiesti requisiti curriculari particolari.

Periodo di svolgimento: secondo semestre A.A. 2019/20

La partecipazione al Premio Marketing per l'Università indetto dalla Società Italiana Marketing (SIM) si qualifica come attività di ricerca e simulazione di esperienze aziendali e prevede la raccolta, l'analisi di dati e la stesura di un piano marketing completo, sotto forma di elaborato scritto di circa 20-30 pagine. È prevista la possibilità di partecipare in gruppo (max. 3 studenti).

Ai partecipanti è richiesto il rispetto di tutti gli aspetti del regolamento del Premio Marketing SIM, oltre che dei requisiti (contenuti qualitativi, obblighi di frequenza, partecipazione alle attività di revisione e rispetto della scadenza per la consegna dell'elaborato finale) definiti dai Docenti Responsabili.

I contenuti, il calendario degli incontri e le modalità di iscrizione verranno resi noti all'inizio del secondo semestre 2019/20.

NB: Per il riconoscimento dei crediti formativi (6 CFU) acquisiti tramite attività sostitutive di stage, oltre agli obblighi di frequenza definiti dal docente, è richiesta:

- la consegna di una relazione finale, compilata secondo le modalità che verranno indicate in aula
- il giudizio di idoneità da parte del Docente responsabile