

Per i seguenti insegnamenti:

- 1) **Marketing 9 cfu LM**
- 2) **Marketing e comunicazione 9 cfu LM**
- 3) **Marketing avanzato 6 cfu LM**
- 4) **Marketing (Tecniche e politiche di vendita) VO**
- 5) **Marketing 5 cfu**
- 6) **Marketing 6 cfu**
- 7) **Ricerche di marketing 5 cfu**

la didattica è disattivata. Sono disponibili solo date di esame di profitto, ricevimento degli studenti da parte del docente e svolgimento di tesi di laurea (triennale o magistrale, a seconda dei casi).

Lo studente deve sostenere la prova d'esame di profitto finale di uno dei detti insegnamenti deve prepararsi su una delle seguenti opzioni alternative (A o B) tra le quali scegliere:

**A) ESAME SCRITTO BASATO SUI SEGUENTI TESTI PER LA PREPARAZIONE ALL'ESAME:**

Insegnamento e CFU	Programma di studio
1) Marketing 9 cfu LM 2) Marketing e comunicazione 9 cfu LM 3) Marketing avanzato 6 cfu LM 4) Marketing (Tecniche e politiche di vendita) VO	PETER J. P., DONNELLY J. H. jr., PRATESI C.A. (2017, VI edizione), Marketing, McGraw-Hill, Milano (prezzo di copertina: 43 euro), <b>escludendo</b> : capitolo 9, interamente; capitolo 10, paragrafo "d. Il metodo del punto di pareggio", sino alla parte superiore di pag. 221; capitolo 13, dal paragrafo 13.3 sino alla fine del capitolo; capitolo 15, da "Portafoglio clienti" nel paragrafo 15.3 sino alla fine del capitolo, ad eccezione del sotto-paragrafo 15.4.2 (che va studiato!); capitolo 16, con l'eccezione del paragrafo 16.3 (che va studiato!)
5) Marketing 5 cfu 6) Marketing 6 cfu 7) Ricerche di marketing 5 cfu	Come sopra, <b>con ulteriori esclusioni</b> : - capitolo 8, dal paragrafo 8.2 sino alla fine del capitolo; - capitolo 14, interamente - capitolo 18, interamente

**B) ESAME ORALE BASATO SUI SEGUENTI TESTI PER LA PREPARAZIONE ALL'ESAME:**

Insegnamento e CFU	Programma di studio
1) Marketing 9 cfu LM 2) Marketing e comunicazione 9 cfu LM 3) Marketing avanzato 6 cfu LM 4) Marketing (Tecniche e politiche di vendita) VO	i) DI DOMENICA N., REDIVO A., ROZZONI E., CRIPPA G. (2020), Digital Marketing. Data, analytics, tecnologie e canali digitali, Pearson, Milano, 262 pagine, prezzo copertina circa 24,00 Euro (da studiare integralmente). Testo corredato della piattaforma MyLab, ove sono disponibili esercizi di fine capitolo e casi di studio. ii) Materiale didattico integrativo da richiedere al docente all'e-mail <a href="mailto:prodidattica@libero.it">prodidattica@libero.it</a>
5) Marketing 5 cfu 6) Marketing 6 cfu 7) Ricerche di marketing 5 cfu	Come sopra, <b>escludendo il capitolo 5 del volume indicato al punto elenco i)</b>

Per il calendario degli esami, fare riferimento a Infostud e alla pagina web di Facoltà in Latina [https://web.uniroma1.it/economia\\_it/luca-proietti](https://web.uniroma1.it/economia_it/luca-proietti).

Prenotazione/iscrizione agli esami esclusivamente tramite Infostud (non sono ammesse eccezioni).

Per ogni contatto con il docente, fare riferimento esclusivamente all'e-mail [prodidattica@libero.it](mailto:prodidattica@libero.it).

Lo studente è invitato a contattare il docente all'e-mail [prodidattica@libero.it](mailto:prodidattica@libero.it) PRIMA di sostenere la prova d'esame, comunicando il programma di studio adottato (A o B). Inoltre, è interesse del docente supportare al meglio la preparazione dello studente e promuovere le sue possibilità di superamento della prova d'esame.