



Comunicato stampa, 9 dicembre 2025

UNIMC, AL VIA IL MASTER CHE FORMA I NUOVI PROFESSIONISTI DEL MARKETING E DELLA DIREZIONE AZIENDALE

Il corso di formazione attivato dal Dipartimento di Economia sarà fruibile in modalità blendend, con lezioni in presenza e attività online. È possibile iscriversi fino al 20 gennaio 2026

MACERATA- La capacità di leggere l'evoluzione dei mercati e di utilizzare strumenti adeguati per orientare le scelte aziendali è oggi essenziale per competere in modo efficace. In uno scenario caratterizzato da rapidi cambiamenti, le imprese pubbliche e private cercano professionisti in grado di analizzare informazioni complesse, comprendere i comportamenti dei consumatori e trasformare le evidenze raccolte in azioni mirate. A questa esigenza risponde la XIV edizione del **Master universitario di I livello in Marketing e Direzione Aziendale** del **Dipartimento di Economia e Diritto dell'Università di Macerata**, un percorso annuale destinato a neolaureati e a persone già attive nel mondo del lavoro che intendono rafforzare il proprio profilo.

Le iscrizioni sono aperte e sarà possibile presentare domanda **fino al 20 gennaio 2026 alle ore 13.00**. I posti disponibili sono 30.

«Oggi alle imprese servono professionisti in grado di interpretare dati e informazioni sui mercati e trasformarli in scelte gestionali efficaci – afferma la **direttrice del Dipartimento, prof.ssa Elena Cedrola** –. In questo contesto non bastano intuito o esperienza: occorrono competenze aggiornate e strumenti solidi. Il Master nasce proprio per sviluppare queste capacità, così da preparare figure professionali in grado di generare valore per le organizzazioni».

Il percorso offre una preparazione ampia e strutturata, articolata in moduli dedicati al marketing strategico e operativo, alla direzione aziendale, alla pianificazione e al controllo di gestione. Il confronto con il mondo produttivo è rafforzato dalla **partecipazione di manager ed esperti provenienti da realtà regionali e nazionali**, che arricchiscono la didattica con casi applicativi e testimonianze concrete. Questo approccio consente ai partecipanti di acquisire una visione integrata della gestione aziendale e competenze immediatamente trasferibili nel lavoro.

Uno dei punti di forza del Master è la **modalità blended**, che alterna lezioni in presenza — sempre accessibili anche in streaming — ad attività online tramite la piattaforma e-learning dell'Ateneo. Questa organizzazione favorisce chi desidera conciliare studio e impegni professionali, rendendo il percorso ideale per chi ambisce a crescere senza interrompere la propria attività. «La flessibilità della didattica rappresenta un valore aggiunto: consente di seguire i moduli anche da remoto, mantenendo un dialogo costante con docenti e colleghi» aggiunge Cedrola.

Il programma prevede 60 crediti formativi, 256 ore di didattica, lavori di gruppo, seminari e un project work finale. Per i partecipanti non occupati è previsto uno stage di 300 ore presso aziende



unimc

UNIVERSITÀ DI MACERATA

DIPARTIMENTO DI
ECONOMIA E DIRITTO

convenzionate, mentre chi lavora può valorizzare la propria esperienza attraverso un progetto applicativo. Gli sbocchi professionali riguardano ruoli nelle funzioni marketing e commerciali, con responsabilità legate allo sviluppo dei mercati, alla comunicazione e al coordinamento dei processi aziendali.



La capacità di comprendere i mercati, interpretarli con strumenti adeguati e trasformare i dati in decisioni efficaci rappresenta oggi un fattore determinante per raggiungere risultati concreti e consolidare il proprio successo commerciale. In questo contesto, le imprese pubbliche e private richiedono figure professionali capaci di interpretare i dati, leggere i comportamenti dei consumatori e trasformare le analisi in decisioni operative efficaci. A questa esigenza risponde la XIV edizione del **Master universitario di I livello in Marketing e Direzione Aziendale** dell'Università di Macerata, un percorso annuale di alta qualificazione rivolto a neolaureati e professionisti che desiderano qualificarsi ulteriormente.

Le iscrizioni sono aperte ed è possibile presentare domanda **fino al 20 gennaio 2026 alle ore 13.00**,

«Il mercato oggi premia chi sa collegare l'interpretazione dei dati su consumatori, concorrenza e contesti economici alle scelte gestionali – sottolinea la direttrice del Dipartimento di Economia e Diritto e del Master, **prof.ssa Elena Cedrola** –. Non bastano intuito o esperienza: servono competenze aggiornate, metodo e strumenti affidabili per rendere davvero produttiva la conoscenza dei mercati. La nostra proposta formativa mira proprio a costruire una connessione solida tra analisi, operatività e capacità decisionali, così da formare professionisti in grado di generare valore per le organizzazioni».

Il Master offre una formazione completa, articolata in moduli dedicati al marketing strategico e operativo, alla direzione aziendale, alla pianificazione e al controllo di gestione. Il legame con il mondo produttivo è rafforzato dalla presenza in aula di manager ed esperti provenienti da realtà regionali e nazionali, che arricchiscono l'esperienza formativa con casi concreti e testimonianze dirette. Questa impostazione permette ai partecipanti di sviluppare una visione trasversale della gestione aziendale e di acquisire competenze immediatamente spendibili.

Uno dei punti di forza del percorso è la **modalità blended**, che combina lezioni in presenza — sempre fruibili anche in streaming — e attività online tramite la piattaforma e-learning dell'Ateneo. Una formula che permette di conciliare studio e lavoro, rendendo il Master ideale per chi è già inserito in azienda e desidera migliorare la propria posizione professionale senza interrompere l'attività quotidiana. «La flessibilità della didattica è un valore fondamentale: consente di seguire il percorso anche a distanza, mantenendo comunque un forte contatto con docenti e colleghi» sottolinea Cedrola.

Il programma prevede 60 crediti formativi, 256 ore di didattica suddivise in moduli tematici, lavori di gruppo e seminari. Per i corsisti non occupati è previsto uno **stage di 300 ore** presso aziende convenzionate, mentre per chi lavora è possibile valorizzare la propria esperienza professionale attraverso un project work applicativo. Gli sbocchi occupazionali includono ruoli nelle funzioni marketing e commerciali, con responsabilità legate allo sviluppo dei mercati, alla comunicazione e alla gestione dei processi aziendali.



unimc
UNIVERSITÀ DI MACERATA

DIPARTIMENTO DI
ECONOMIA E DIRITTO

Moretti Comunicazione
Alessandra Napolitano
333-3547875