

Allegato 1 al Regolamento dei Corsi di Master, di Perfezionamento e di Aggiornamento

Corso di Perfezionamento

B2B Marketing e Sales Management

PARTE I - INFORMAZIONI GENERALI

Titolo del corso

B2B Marketing e Sales Management

Proposta di attivazione

rinnovo

Dipartimento proponente

Dipartimento di Economia Aziendale

Corso interdipartimentale

no

Date di inizio e fine corso

Marzo 2026-Giugno 2026

Consiglio del Corso

	Nominativo	Dipartimento/Ente	Qualifica
1	Il Direttore quale Presidente Prof. Alberto Pezzi	Economia aziendale	Professore Ordinario
2	Pratesi Carlo Alberto	Economia aziendale	Professore Ordinario
3	Mattia Giovanni	Economia aziendale	Professore Associato
4	Principato Ludovica	Economia aziendale	Ricercatore RTDB
5	Faggioni Francesca	Economia aziendale	Ricercatore

Docenti dell'Ateneo impegnati nell'attività didattica *

	Nominativo	Dipartimento/Ente	Qualifica	Numero di CFU impartiti
1	Il Direttore quale Presidente Prof. Alberto Pezzi	Economia aziendale	Professore Ordinario	3
2	Pratesi Carlo Alberto	Economia aziendale	Professore Ordinario	1
3	Mattia Giovanni	Economia aziendale	Professore Associato	1
4	Principato Ludovica	Economia aziendale	Ricercatore RTDB	1
5	Faggioni Francesca	Economia aziendale	Ricercatore	1

**Sono indicati i docenti dell'Ateneo che saranno impegnati nella prossima edizione del corso. Di norma almeno il 30% dei CFU dovrà corrispondere ad attività didattiche impartite da docenti interni all'ateneo. Nel caso di Corsi attivati in convenzione con istituzioni di studio e di ricerca di alta qualificazione, pubbliche o private, almeno il 20% dei CFU dovrà corrispondere ad attività didattiche impartite da docenti interni all'ateneo.*

PARTE II - REGOLAMENTO DIDATTICO ORGANIZZATIVO

Attenzione, queste sezioni devono essere compilate utilizzando un linguaggio ed una forma adatta alla comunicazione agli studenti potenzialmente interessati.

Indirizzo web del corso

<https://economiaziendale.uniroma3.it/didattica/post-lauream/master-e-corsi-di-perfezionamento/corso-di-perfezionamento-b2b-sales-and-management/>

Il Corso in breve

Il corso si pone come obiettivo quello di fornire un'occasione per conoscere le dinamiche principali dei mercati B2B, le loro specificità, i loro modelli e scenari competitivi. In particolare, saranno approfonditi gli aspetti specifici dei mercati B2B quali le dinamiche settoriali, gli ecosistemi di imprese e le specificità dei processi di acquisto. Si tratteranno i principi fondamentali del marketing B2B, con particolare attenzione agli strumenti principali per la definizione di piani di marketing concreti, efficaci ed integrati con le strutture commerciali. Si presenteranno poi le principali tecniche e politiche di vendita sia nello scenario tradizionale che in quello digitale, con particolare attenzione alle tematiche di Account Management, Opportunity Management e Value Proposition.

Saranno trattati alcuni scenari settoriali per mostrare le principali e diverse dinamiche competitive e di settore. Saranno inoltre presentati diverse case studies italiani ed internazionali e degli Executive Workshop con manager di livello internazionale per offrire il punto di vista dei vertici organizzativi. L'approccio seguito è quindi quello di affiancare all'aspetto teorico, metodologie e pratiche manageriali concrete e di successo. Inoltre, per gli studenti ci sarà la possibilità di partecipare ad eventuali Stage offerti dalle aziende partner.

Obiettivi formativi specifici del Corso

Gli obiettivi formativi specifici sono i seguenti.

Comprensione del mercato B2B e delle sue principali caratteristiche.

Comprensione degli scenari competitivi e dei processi decisionali di acquisto.

Tecniche e politiche di vendita B2B

Gestione del territorio, del settore e del parco clienti

Sales Management

Account Management

Opportunity Management

B2B Vertical Overview:

Hardware, Software, Servizi/Project Selling

Advertising/Financial Services/ Telecomunication/Digital Services

Analisi di mercato e progettazione di un piano di marketing e comunicazione B2B

Sbocchi occupazionali

Profili Commerciali

*Agenti-Rappresentanti e Venditori
Junior Account Manager/Account Manager
Key Account Manager
Sales Director
Assistenti alle vendite/Sales operations
Telesales operator/Customer services
Marketing operator/Assistant*

Requisiti per l'ammissione, criteri di selezione e riconoscimento delle competenze pregresse

Indicare:

- *Scadenza delle domande 24 gennaio 2026*
- *Il corso si rivolge a laureati triennali e magistrali con preferenza per laureati in: discipline Economiche, Sociali e Ingegneristiche (laurea vecchio ordinamento, laurea triennale o laurea magistrale)*
- *L'ammissione al Corso è subordinata ad una selezione per titoli mediante una accurata analisi dei CV dei candidati*
- *Sono previsti partecipanti in qualità di uditori*

Numero minimo e massimo di ammessi

Numero minimo: 10

Numero massimo 30

Gli incarichi di insegnamento verranno attribuiti formalmente, tramite la stipula di apposito contratto, a seguito dell'effettiva attivazione del corso di studio, ai sensi del Regolamento di Ateneo, avendo raggiunto il numero minimo di iscrizioni previste.

Durata prevista

70 ore per 10 crediti formativi

Lingua di insegnamento

Italiano

Modalità didattica

Doppia: Convenzionale e in teledidattica

Modalità di svolgimento e informazioni utili agli studenti

Le lezioni in presenza verranno svolte in Via Silvio D'Amico 77, Roma.

Tasse di iscrizione ed eventuali esoneri

- *Rata unica Tasse di iscrizione € 990,00*
- *Scadenza del pagamento 31/01/2026*
- *All'importo della rata unica sono aggiunti l'imposta fissa di bollo e il contributo per il rilascio del diploma o dell'attestato. Le quote di iscrizione non sono rimborsate in caso di volontaria rinuncia, ovvero in caso di non perfezionamento della documentazione prevista per l'iscrizione al Corso.*
- *Esonero dalle tasse di iscrizione. È previsto l'esonero totale delle tasse e dei contributi per uno studente con disabilità documentata pari o superiore al 66%, in caso contrario tutti gli studenti con disabilità saranno tenuti al pagamento della quota intera.*
- *Possono essere previste borse di studio "interne" o borse di studio "esterne" da parte di enti diversi. Qualora si dovesse rendere necessario, la selezione verrà effettuata tra gli studenti iscritti con le seguenti modalità: a) valutazione selezione per titoli (mediante analisi dei CV dei candidati) b) esame orale su tematiche del corso c) reddito da dichiarazione ISEE. Indicare gli importi ed eventuali esenzioni; si riporta di seguito un testo di esempio*

Il Corso ammette l'iscrizione di dipendenti pubblici nell'ambito dell'iniziativa PA 110 Lode. La tassa di iscrizione sarà ridotta del 20%. Solo nel caso in cui il corso sia selezionata dal DFP nell'a.a. 2025/2026

Prove intermedie e finali

Il corso si completa con una prova scritta. Non sono previste prove intermedie.

Rilascio titolo congiunto

Nessuno

Direttore del Corso

Prof. Alberto Pezzi

Piano delle Attività Formative

(Insegnamenti, Seminari di studio e di ricerca, Stage, Prova finale)

Titolo in italiano e in inglese e docente di riferimento	Tipo attività (lezione, stage, prova finale)	Settore scientifico disciplinare (SSD)	CFU	Ore	Lingua
Il mercato del B2B - B2B Market Overview	Lezioni	Alberto Pezzi	2	14	Italiano
B2B Marketing - B2B Marketing & Communication	Lezioni	Ludovica Principato	3	21	Italiano
Tecniche e politiche di vendita - B2B Sales Management	Lezioni	Alberto Pezzi	3	21	Italiano

Seminari e Workshop – Seminars and workshop	Lezioni	Alberto Pezzi	2	14	Italiano
--	---------	---------------	---	----	----------

Obiettivi formativi

Attività formativa	Obiettivo formativo / Programma
Il mercato del B2B	Sviluppare la conoscenza delle caratteristiche, delle dinamiche competitive e dei modelli esistenti del processo di acquisto dei mercati B2B
B2B Marketing	Apprendimento delle principali tecniche di marketing e comunicazione, targeting e segmentazione, e definizione del marketing-mix
Tecniche e politiche di vendita	Apprendimento delle principali tecniche e politiche di vendita, Sales planning, account management, opportunity management, negotiation skills
Seminari e Workshop	Presentazioni di casi di studio reali, progetti significativi ed esercitazioni pratiche

PARTE III - PIANO DI SOSTENIBILITÀ AA 2025/2026

Piano di Sostenibilità A.A. 2025/2026		
Tipologia di Corso		Corso di Perfezionamento
N. minimo di iscritti		10
La gestione è a carico del Dipartimento di		Economia Aziendale
Proventi		Importo in Euro
1)	Quote di iscrizione (al netto di eventuali esoneri)	
	a) tasse di iscrizione al corso	€ 9.900 -
	b) tasse di iscrizione ai moduli	€ -
	c) tasse di iscrizione come uditori	€ -
2)	Contributi da Enti pubblici	€ -
3)	Contributi da Enti privati	€ -
	Altro (specificare di che tipo)	
4)	a)	€ -
	b)	€ -
	c)	€ -
A	Totale	€ 9.900
Costi		Importo in Euro
Didattica		
a)	Compensi ai docenti per attività didattica ⁽¹⁾	€ 6.930
b)	Compensi per attività di tutoraggio ⁽²⁾	€ -
c)	Materiale didattico	€ -
d)	Altri costi connessi con la didattica (nel caso di Corso con modalità didattica a distanza o mista)	€ -
Coordinamento e gestione ⁽³⁾		

a)	Compenso al Direttore quale indennità di funzione ⁽⁴⁾	€	-
b)	Compensi al personale TAB per attività di supporto ⁽⁵⁾	€	-
c)	Attività di coordinamento e di gestione ⁽⁶⁾	€	-
d)	Rimborso missioni	€	-
e)	Altri costi (posta, cancelleria ecc.)	€	-
Altro (specificare)			
a)		€	-
b)		€	-
c)		€	-
d)		€	-
e)		€	-
Quote dovute			
	Ateneo ⁽⁷⁾	€	1.980
	Dipartimento ⁽⁸⁾	€	990
B	Totale	€	9.900
	Differenza (A-B)	€	0-

(1) Il compenso orario ai docenti deve corrispondere a quanto stabilito dall'art. 12 del Regolamento.

(2) Il compenso orario al personale impegnato nelle attività di tutoraggio deve corrispondere a quanto stabilito dall'art. 12 del Regolamento.

(3) Tali spese non possono complessivamente superare le spese sostenute per la didattica.

(4) art. 4 comma 4 Regolamento: «Al Direttore del Corso [...] può essere corrisposta un'indennità annuale di funzione dell'importo massimo, al lordo degli oneri a carico dell'ente, di euro 5.000,00 [...]. Per ciascun docente, l'importo totale delle indennità relative al coordinamento e gestione dei Corsi non può superare, al lordo degli oneri a carico dell'ente, l'importo di euro 8.000,00 per anno accademico»

(5) Il compenso orario al personale TAB impegnato nelle attività del Corso deve corrispondere a quanto stabilito dall'art. 13 del Regolamento.

(6) Nei limiti di quanto previsto dall'art. 12 comma 4 del Regolamento.

(7) I contributi dovuti all'Ateneo sono pari al 20% delle entrate derivanti dalle tasse di iscrizione e al 10% delle entrate derivanti da finanziamenti esterni.

(8) I contributi dovuti al Dipartimento di riferimento sono pari al 10% delle entrate derivanti dalle tasse di iscrizione e al 10% delle entrate derivanti da finanziamenti esterni.

PARTE IV- RELAZIONE SULLA ATTIVITÀ SVOLTA E RENDICONTO CONTABILE

In riferimento all'ultima edizione svolta/in corso di erogazione del Corso, riportare di seguito il rendiconto, anche parziale, delle attività svolte alla data richiesta di rinnovo.

Relazione sull'attività svolta

Breve relazione di sintesi e di valutazione critica, in ordine all'edizione del Corso relativa all'a.a. 2023/2024

- Il numero degli iscritti è stato di 12;
- numero di studenti che hanno conseguito il titolo;
- punti di forza. Il corso ha riscosso un ottimo successo tra gli studenti e soprattutto molto interesse dalle imprese sponsor che occuperanno più studenti in attività di stage.
- punti di debolezza. Difficoltà di comunicazione dell'offerta formativa
- elementi essenziali del bilancio dell'iniziativa di formazione (costi e proventi ed eventuali ricavi).

Elenco dei docenti dell'Ateneo impegnati nelle Attività Formative

Nominativo	Tipologia di attribuzione ⁽¹⁾	Ore
Alberto Pezzi	affidamento retribuito a docente di ruolo dell'Ateneo (art. 24)	16
Ludovica Principato	affidamento retribuito a docente di ruolo dell'Ateneo (art. 24)	2
Giovanni Mattia	affidamento retribuito a docente di ruolo dell'Ateneo (art. 24)	4

(1) Specificare se l'impegno didattico è attribuito come:

- carico didattico istituzionale a professore di ruolo/ricercatore dell'Ateneo (artt. 21, 22, 23);
- affidamento gratuito a docente di ruolo dell'Ateneo (art. 24);
- affidamento retribuito a docente di ruolo dell'Ateneo (art. 24).