

# Intelligenza artificiale per il B2B Marketing Management

## PARTE I - INFORMAZIONI GENERALI

### Tipologia di corso

Corso Perfezionamento

### Titolo del corso

Intelligenza artificiale per il B2B Marketing Management

## PARTE II - REGOLAMENTO DIDATTICO ORGANIZZATIVO

### Indirizzo web del corso

<https://economieaziendale.uniroma3.it/didattica/post-lauream/master-e-corsi-di-perfezionamento/>

### Il Corso di Studio 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. Il percorso formativo avanzato integra le più recenti tecnologie di intelligenza artificiale con le strategie del marketing business-to-business. I partecipanti acquisiranno competenze concrete per trasformare i processi commerciali e di marketing aziendale con l'AI, affrontando anche le dimensioni etiche, normative e strategiche dell'innovazione digitale. Il percorso si conclude con un project work su un caso reale, a garanzia dell'immediata spendibilità delle competenze acquisite. L'approccio seguito è quindi quello di affiancare all'aspetto teorico, metodologie e pratiche manageriali concrete e di successo.*

### Obiettivi formativi specifici del Corso

• Padroneggiare i fondamenti dell'AI applicata al contesto B2B, comprendendo machine learning, predictive analytics e AI generativa • Progettare e gestire strategie di marketing B2B data-driven, dall'Account-Based Marketing alla personalizzazione avanzata • Implementare sistemi di lead generation, lead scoring e marketing automation integrati con CRM e Customer Data Platform • Utilizzare strumenti di AI generativa per la produzione di contenuti commerciali, campagne multicanale e ottimizzazione SEO • Applicare la business intelligence e i modelli predittivi a supporto delle decisioni strategiche e del forecasting commerciale

### Sbocchi occupazionali e professionali previsti per i laureati

• AI Marketing Manager • Growth & Demand Generation Manager • CRM & Marketing Automation Specialist • Digital Strategist B2B • AI Content Strategist • Data-Driven Account Manager

### Capacità di apprendimento

*Le capacità di apprendimento sono valutate con riferimento al test finale sia tramite il costante dialogo con i docenti e la Faculty nel suo complesso, cui è demandata anche la valutazione dell'aula sotto il profilo dell'impegno, della partecipazione e dell'interesse mostrato.*

### Conoscenza e capacità di comprensione

*Conoscenza delle tematiche connesse al marketing mirata alla realizzazione di un'efficace relazione ed engagement del cliente*

### Prova finale

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

## Requisiti di ammissione

*Il corso si rivolge a laureati triennali e magistrali con preferenza per laureati in: discipline Economiche, Sociali e Ingegneria (laurea vecchio ordinamento, laurea triennale o laurea magistrale).*

## Obiettivi formativi specifici

• *Padroneggiare i fondamenti dell'AI applicata al contesto B2B, comprendendo machine learning, predictive analytics e AI generativa* • *Progettare e gestire strategie di marketing B2B data-driven, dall'Account-Based Marketing alla personalizzazione avanzata* • *Implementare sistemi di lead generation, lead scoring e marketing automation integrati con CRM e Customer Data Platform* • *Utilizzare strumenti di AI generativa per la produzione di contenuti commerciali, campagne multicanale e ottimizzazione SEO* • *Applicare la business intelligence e i modelli predittivi a supporto delle decisioni strategiche e del forecasting commerciale*

## Informazioni utili agli studenti

*Sono ammessi uditori*

## Descrizione modalità di svolgimento

*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. Il percorso formativo avanzato integra le più recenti tecnologie di intelligenza artificiale con le strategie del marketing business-to-business. I partecipanti acquisiranno competenze concrete per trasformare i processi commerciali e di marketing aziendale con l'AI, affrontando anche le dimensioni etiche, normative e strategiche dell'innovazione digitale. Il percorso si conclude con un project work su un caso reale, a garanzia dell'immediata spendibilità delle competenze acquisite. L'approccio seguito è quindi quello di affiancare all'aspetto teorico, metodologie e pratiche manageriali concrete e di successo. Doppia: Convenzionale e in teledidattica*

## Requisiti di ammissione

*- 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 - Scadenza delle domande 24 gennaio 2027 - Sono previsti partecipanti in qualità di uditori*

## Numero di posti

30

## Durata prevista

70 Ora

## Crediti previsti

10

## Lingua di insegnamento

ITA

## Modalità didattica

*Prevalentemente Distanza*

## Tasse di iscrizione ed eventuali esoneri

-

- *Rata unica Tasse di iscrizione € 990,00*
- *Scadenza del pagamento 31/01/2027*

- 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

## **Rilascio titolo congiunto**

*Titolo normale*

## **Direttore del Corso**

*Pezzi Alberto*

**PIANO DELLE ATTIVITA' FORMATIVE***(Insegnamenti, Seminari di studio e di ricerca, Stage, Prova finale)*

| Anno | Denominazione                      | SSD       | CFU | Ore | Tipo Att. | Lingua |
|------|------------------------------------|-----------|-----|-----|-----------|--------|
| 1    | 21240083 - AI per le Relazioni B2B | SECS-P/08 | 3   | -   | AP        | ITA    |
| 1    | 21210287 - B2B Marketing           | SECS-P/08 | 3   | -   | AP        | ITA    |
| 1    | 21210286 - Il mercato del B2B      | SECS-P/08 | 2   | -   | AP        | ITA    |
| 1    | 21210289 - Seminari e Workshop     | SECS-P/08 | 2   | -   | AP        | ITA    |

## OBIETTIVI FORMATIVI