



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PALERMO

04864 - MARKETING

VALUTAZIONE
DELL'APPRENDIMENTO

La valutazione delle conoscenze, delle competenze e delle capacità applicative dello studente avviene attraverso lo svolgimento di 2 prove, ognuna valutata in trentesimi. Il voto finale è il risultato della media aritmetica delle suddette prove. La prima prova consiste nella stesura, presentazione e discussione di un progetto di gruppo su un tema di marketing scelto ad inizio corso. La seconda prova consiste nella prova orale sui contenuti del corso. La consegna del progetto di gruppo da parte degli studenti avviene inviando al docente via email un documento in formato pdf secondo una deadline stabilita ad inizio corso. La discussione del progetto, invece, è svolta insieme alla prova orale (cioè la seconda prova) in uno degli appelli previsti per il corso, a cui lo studente si registra.

1) Modalità di valutazione del PROGETTO DI GRUPPO. La progetto di marketing è valutato secondo i seguenti criteri: Livello e profondità dell'analisi; Qualità dell'analisi relativa agli aspetti generali del progetto (individuazione corretta ed approfondita dello scenario competitivo e di marketing; organizzazione del progetto; coerenza logica e completezza del progetto); Qualità dell'analisi relativa agli aspetti tecnici (correttezza della strategia di raccolta dati e informazioni; qualità dei dati e delle informazioni raccolte; correttezza e livello di dettaglio dei modelli utilizzati per l'analisi degli scenari competitivi, delle strategie e delle decisioni operative di marketing (e.g., modello di Porter; modelli di differenziazione; modelli di posizionamento; Marketing mix); qualità, correttezza e livello di dettaglio delle metodologie statistiche di supporto al Marketing per l'analisi dei dati e delle informazioni raccolte).

2) Modalità di valutazione della PROVA ORALE. L'esame orale serve a verificare la conoscenza dei contenuti del corso da parte dello studente. Tre principali tipologie di domande sono chieste agli studenti: una sulla conoscenza e le dinamiche degli scenari di mercato e della competizione; la seconda relativa agli aspetti strategici del Marketing; la terza relativa agli aspetti operativi del Marketing.

Lo studente ottiene la seguente valutazione:

Eccellente 30-30 e lode. Lo studente mostra un'ottima conoscenza degli argomenti studiati, ottima proprietà di linguaggio, ottima capacità di analisi del mercato, della competizione e delle decisioni di Marketing, ottima capacità di inquadrare argomenti reali nei contesti studiati, ottima capacità di legare gli argomenti tra loro e sviluppare un'analisi critica in ambito di strategie di Marketing. Lo studente durante il corso ha sviluppato buona autonomia e capacità relazionali.

Molto buono 26-29. Lo studente mostra una conoscenza molto buona degli argomenti studiati, ottima proprietà di linguaggio, capacità molto buona di analisi del mercato, della competizione e delle decisioni di Marketing, capacità molto buona di inquadrare argomenti reali nei contesti studiati, capacità molto buona di legare gli argomenti tra loro e sviluppare un'analisi critica in ambito di strategie di Marketing. Lo studente durante il corso ha sviluppato autonomia e capacità relazionali molto buone.

Buono 24-25. Lo studente mostra buona conoscenza degli argomenti studiati, buona proprietà di linguaggio, buona capacità di analisi del mercato, della competizione e delle decisioni di Marketing, buona

	<p>capacita' di inquadrare argomenti reali nei contesti studiati, buona capacita' di legare gli argomenti tra loro e sviluppare un'analisi critica in ambito di strategie di Marketing. Lo studente, durante il corso, ha migliorato la sua autonomia e le sue capacita' relazionali. Soddisfacente 21-23. Lo studente mostra soddisfacente conoscenza degli argomenti studiati, soddisfacente proprieta' di linguaggio, soddisfacente capacita' di analisi del mercato, della competizione e delle decisioni di Marketing, e di inquadrare argomenti reali nei contesti studiati. Lo studente non evidenzia capacita' di legare gli argomenti tra loro e sviluppare un'analisi critica in ambito di strategie di Marketing. Lo studente, durante il corso, non ha migliorato la sua autonomia e le sue capacita' relazionali.</p> <p>Sufficiente 18-20. Lo studente mostra sufficiente conoscenza degli argomenti studiati, sufficiente proprieta' di linguaggio, sufficiente capacita' di analisi del mercato, della competizione e delle decisioni di Marketing. Lo studente non evidenzia capacita' di inquadrare argomenti reali nei contesti studiati, ne' capacita' di legare gli argomenti tra loro e sviluppare un'analisi critica in ambito di strategie di Marketing. Lo studente, durante il corso, non ha migliorato la sua autonomia e le sue capacita' relazionali.</p> <p>Insufficiente. Lo studente evidenzia di non avere la minima conoscenza degli argomenti studiati nel corso, si esprime con proprieta' di linguaggio insoddisfacente, ed evidenzia di non avere acquisito sufficiente capacita' di analisi del mercato, della competizione e delle decisioni di Marketing.</p>
--	--