



Master I livello

MARKETING MANAGEMENT PER L'IMPRESA INTERNAZIONALE

Prof.

Nome: Mauro

Cognome: Cavallone

Area: marketing internazionale

e-mail: mauro.cavallone@unibg.it

Mauro Cavallone

laureato in Economia e Commercio e in Sociologia, professore associato presso l'università degli studi di Bergamo, titolare della cattedra di Marketing Internazionale e di International Marketing, direttore del master di primo livello "Marketing Management per l'Impresa Internazionale", responsabile del summer business program per lo scambio di studenti e docenti in collaborazione con l'università del Missouri
Direttore di SdM, School of Management.

- Il concetto di Marketing nell'attuale scenario economico
- La centralità del cliente come elemento per offrire prodotti e servizi basati su effettivi bisogni
- I concetti di Marketing Mix e la sua evoluzione dall'introduzione ai giorni nostri
- Il fattore chiave d'acquisto
- La definizione del valore creato dell'azienda e la sua difesa
- Dal Marketing al Marketing Internazionale
- Minacce e opportunità nell'affrontare i mercati internazionali
- Esempi di modifiche del prodotto nei mercati internazionali
- Didattica: lezione frontale con esemplificazioni, esercitazioni in sottogruppo e condivisione in plenaria



Master I livello

MARKETING MANAGEMENT PER L'IMPRESA INTERNAZIONALE

Prof.

Nome: Gianpaolo

Cognome: Baronchelli

Area: Tecnica e Gestione delle Imprese Internazionali

e-mail: gianpaolo.baronchelli@unibg.it

Gianpaolo Baronchelli, Assistant Professor in International Business presso l'Università degli Studi di Bergamo, è referente per tirocini e placement per il corso di laurea di Economia Aziendale e coordinatore del Global Business Program del corso di Laurea Magistrale MAFIB; svolge attività didattica e di ricerca sull'internazionalizzazione delle imprese con focus sui Mercati Emergenti.

Il modulo è suddiviso in:

- Tecnica degli scambi internazionali ove verranno affrontate le tematiche inerenti i termini di resa (Incoterms), i trasporti internazionali ed i pagamenti internazionali con la predisposizione di un *group work* che affronterà le fasi principali del processo di esportazione di un prodotto italiano;
- Modalità di ingresso nei mercati emergenti, con focus particolare sui BRIC e sul continente Africano; il modulo ha l'obiettivo di definire la modalità di ingresso che permetta la creazione di *Shared Value* nei mercati analizzati.



Master I livello

MARKETING MANAGEMENT PER L'IMPRESA INTERNAZIONALE

Prof.

Nome: ULISSE

Cognome: BELOTTI

Area: LINGUISTICA

e-mail: ulisse.belotti@unibg.it

Nato a Bergamo il 14.01.1951

Docente di Lingua e Letteratura Inglese nelle scuole superiori.

Ricercatore di Lingua Inglese presso il Dip. di L.L.S.C con incarichi di insegnamento presso i Dip. di SAEMQ e Giurisprudenza e master di primo e secondo livello.

Il corso, che presuppone un livello B2 di competenza linguistica in ingresso (CEFR), intende affinare le competenze morfo-sintattiche soprattutto di tipo audio-orale (capire-parlare) su argomenti correlati al marketing. La seconda parte del corso sarà incentrata sulla capacità di redigere una presentazione in ppp su uno dei temi trattati in aula e di difenderne i contenuti.



Master I livello

MARKETING MANAGEMENT PER L'IMPRESA INTERNAZIONALE

Dr.

Nome: Michele

Cognome: Casarotto

Area: Design Strategico, Direzione creativa, Digital
Marketing e Pubblicità

e-mail: m.casarotto@newtargetnextit

Formazione umanistica al Liceo Classico e laurea in Design Industriale al Politecnico di Milano.

Da quasi dieci anni designer professionista nell'ambito della comunicazione e dei media digitali. Dal 2008 Direttore creativo di New Target Adv e New Target Web. Ho lavorato per Camera Nazionale della Moda Italiana, Costume National, Etro, Franciacorta, Berlioni, RDS – Radio Dimensione Suono, Imetec, Candy, TEDx Bergamo, ecc.

L'evoluzione della comunicazione: dalla pubblicità al digitale. La strategia come strumento di design per gestire la complessità tecnica e quantitativa degli strumenti di comunicazione. Metodologie di analisi e rappresentazione. Lavori di gruppo sulla base di casi studio lavorativi reali. Lezioni intese come condivisione e scambio di punti di vista e interpretazioni.



Master I livello

MARKETING MANAGEMENT PER L'IMPRESA INTERNAZIONALE

Prof.

Nome: CRISTIANA

Cognome: CATTANEO

Area: Marketing-prezzo

e-mail: cristiana.cattaneo@unibg.it

Professore Associato di Economia aziendale,
Programmazione e controllo e Controllo strategico
Docente senior area Controllo di gestione SdM
Direttore vicario del Dipartimento di Scienze aziendali,
economiche e metodi quantitativi
Presidente del Consiglio di corso di studi laurea triennale in
Economia aziendale.

Il modulo vuole accrescere la percezione degli impatti economici delle scelte in tema di politiche di vendita e degli elementi costitutivi del budget commerciale. In particolare si analizzano le politiche aziendali in termini di costi, ricavi e margini. Si apprendono altresì le logiche di costruzione del budget e le sue implicazioni organizzative. La didattica comprende alcuni casi esemplificativi da discutere in aula e un role playing sul budget.

Master I livello

MARKETING MANAGEMENT PER L'IMPRESA INTERNAZIONALE



Dr.

Nome: Lucio

Cognome: Chiappa

Area: Comunicazione

e-mail: lucio.chiappa@ecomunicare.com

www.linkedin.com/in/luciochiappaecomunicare

Socio fondatore di ecomunicare, agenzia milanese di Advertising, media relation e digital. Ha svolto la sua carriera professionale in Young & Rubicam, Gavino Sanna Associati e BGS-D'ARCY. Si occupa di strategie di comunicazione per importanti marchi nazionali ed internazionali e negli ultimi anni ha sviluppato esperienze significative nell'ambito della comunicazione applicata alla nuove tecnologie, media digitali e social media. Socio IAA – International Advertising Association – Italy Chapter.

Durante il mio corso ci occuperemo di comunicazione d'impresa vista con gli occhi di chi ogni giorno «sul campo» lavora a fianco di brand, direttori marketing, centri media, ecc. Un mondo affascinante, in fortissima evoluzione che necessita però di solide basi di conoscenza e grande attenzione all'attualità. Attraverso casi concreti e lavori di gruppo parleremo di obiettivi di comunicazione, target, ricerche, creatività, pianificazione media, budget di comunicazione, risultati di comunicazione. Alla fine, avrete imparato a conoscere le diverse figure professionali del mondo della comunicazione ed appreso quegli skills indispensabili per poter progettare, gestire e valutare un piano di comunicazione integrata.



Master I livello

MARKETING MANAGEMENT PER L'IMPRESA INTERNAZIONALE

Prof.

Nome: GIUSEPPE

Cognome: DE BENI

Area: International Business

e-mail: g.debeni@itcgr.net

Consigliere Delegato di Italgem (Gruppo Italcementi).

Nato a Bergamo il 20.3.1960.

Laurea in Economia e Commercio all'Università di Bergamo.

Master Business Administration c/o Yale-Hartford University (U.S.A.).

Dal 1996 Amministratore Delegato della Società Sprea Chemicals S.p.A.

Dal 1998 Direttore Generale della sub-holding Radici S.p.A.

Dal 2006 Consigliere Delegato della Italgem S.p.A., produttore e distributore di energia elettrica sui mercati internazionali.

- 1 Scenari Internazionali
- 2 Marketing Internazionale
- 3 Case History



Master I livello

MARKETING MANAGEMENT PER L'IMPRESA INTERNAZIONALE

Prof.

Nome: Diego

Cognome: Ferrari

Area: Ricerche di marketing

e-mail: d.ferrari@mpsresearch.it

Laureato presso l'Università degli Studi di Bergamo in Marketing Internazionale con una tesi sull'evoluzione del consumatore bancario, ho subito iniziato ad operare nell'ambito della ricerca quantitativa. Ad oggi sono il responsabile dei clienti Italia dell'Istituto indipendente MPS con specializzazione nel settore finanziario, alimentare e media.

Il modulo che conduco è composto da 4 lezioni: 3 teoriche che passano in rassegna le principali metodologie ed approcci di ricerca ed 1 legata allo studio di una Case History. Ho un approccio molto pratico in aula perché penso che solo attraverso esempi reali e l'operatività si possa comprendere come si svolge l'attività aziendale. Nelle lezioni cerco di sviluppare l'interazione e scambio di idee con gli studenti per aiutarli a comprendere quali sono gli strumenti a loro disposizione nella futura vita professionale.



Master I livello

MARKETING MANAGEMENT PER L'IMPRESA INTERNAZIONALE

Prof.

Nome: Jan

Cognome: Freidank

Area: Strategies

e-mail: jan.freidank@w.thm.de

- Doctor of Business Administration (D.B.A.) in Strategic Management with Prof. H. Igor Ansoff
- Seven years of professional experience in strategic management positions with KarstadtQuelle AG and Vaillant GmbH.
- Starting in 2002 as Professor of Marketing and International Business at the Technische Hochschule Mittelhessen, Germany
- Program director for the MA International Marketing and the Executive MBA program
- Ongoing consultancies and sponsored research: selected projects with companies including Eli Lilly, ARDEX, BPIe.V., City of Wetzlar, Holzapfel Group
- Advisory work for the "Wissenschaftsrat" (Science advisory Board of the German Government)

Transfer marketing concepts and tools to the international environment. Use of real life case study to study theoretical concepts in practice: Lectures, case studies, classroom exercises, group work and presentations

1. Globalization as basis for international marketing
2. Culture as main driver for int. marketing strategy
3. Segmentation strategy for international markets
4. Basic components of internationalization strategy

Master I livello

MARKETING MANAGEMENT PER L'IMPRESA INTERNAZIONALE

Prof.

Nome: MARA

Cognome: GRASSENÌ

Area: Economia

e-mail: mara.grasseni@unibg.it

Breve biografia di circa 5/6 righe

Mara Grasseni è ricercatrice presso il dipartimento di Scienze Aziendali, Economiche e Metodi Quantitativi. Ha conseguito il dottorato in Economia all'Università di Milano ed è stata visiting scholar presso l'Università di Nottingham. I suoi interessi di ricerca riguardano l'economia internazionale con particolare riferimento alle imprese multinazionali e agli investimenti diretti esteri. Recentemente si è occupata anche di temi legati all'economia del lavoro.

I contenuti del corso sono principalmente legati a concetti di microeconomia e macroeconomia di base in modo da offrire gli strumenti necessari per la parte del corso più avanzata.

La metodologia didattica prevede lezioni frontali e casi/esempi analizzati e discussi dagli studenti in aula.



Master I livello

MARKETING MANAGEMENT PER L'IMPRESA INTERNAZIONALE

Prof.

Nome: Matteo

Cognome: Kalchschmidt

Area: Ricerca, Gestione, Sviluppo Nuovo Prodotto

e-mail: matteo.kalchschmidt@unibg.it

Professore Ordinario in Ingegneria Economico-Gestionale presso l'Università degli Studi di Bergamo. Svolge attività di ricerca nel campo dell'innovazione e gestione dei sistemi produttivi e logistici con particolare attenzione ai temi del Project Management, del Supply Chain Management e della Previsione della Domanda.

E' autore di più di 100 pubblicazioni di cui numerose su riviste scientifiche internazionali.

Il corso affronta il tema della gestione dell'innovazione con particolare attenzione ai processi di sviluppo di nuovi prodotti. Sono affrontati anche i meccanismi di protezione dell'innovazione e della proprietà intellettuale e le scelte di marketing dell'innovazione.

Al termine del corso gli studenti conosceranno le fasi principali della gestione dell'innovazione, le metodologie principali di definizione di un concept di prodotto e le principali criticità affrontate in tali processi.



Master I livello

MARKETING MANAGEMENT PER L'IMPRESA INTERNAZIONALE

Prof.

Nome: Antonio

Cognome: Majocchi

Area: international business.

e-mail: antonio.majocchi@unipv.it

- 1 Professore ordinario di international business – Università di Pavia
- 2 Professore di Marketing internazionale Università di Strasburgo
- 3 Visting professor King's College – London; Univesrità di Valencia, Univesrità di Friburgo (Svizzera)
- 4 Autore di diverse pubblicazioni su riviste internazionali: International Business Review, Management International Review, Journal of World Business

Il corso di Marketing internazionale intende fornire agli studenti le conoscenze base per gestire le politiche di marketing internazionale in maniera consapevole. Il corso si avvale di un mix di teoria e di case studies e si concentra in particolare sulle seguenti tematiche:

- analisi e selezione dei mercati internazionali,
- scelta delle modalità di entrata
- l'alternativa adattamento standardizzazione nelle 4 P del marketing a livello internazionale

Master I livello

MARKETING MANAGEMENT PER L'IMPRESA INTERNAZIONALE



Ing.

Nome: Filippo

Cognome: Stefanelli

Area: Marketing Digitale

E-mail: f.stefanelli@newtargetnext.it

Filippo Stefanelli è un imprenditore nel mondo della comunicazione.

Nato nel 1981 a Bologna, dopo la laurea in Ingegneria delle Telecomunicazioni e Ingegneria Gestionale al Politecnico di Milano segue la crescita di NewTarget Web da 2 a 20 collaboratori.

Nel corso verranno affrontati i seguenti temi:

- trend attuali ed evoluzione futura del marketing digitale;
- caratteristiche e modalità operative di un'agenzia di comunicazione digitale;
- tattiche di promozione on-line di un prodotto/servizio.

In aula verranno analizzati in profondità numerosi casi studio reali. Tutti gli studenti prenderanno parte a simulazioni in grado di fornirgli il know-how e le competenze essenziali per la loro futura carriera nel reparto marketing di un'azienda o in un'agenzia di comunicazione.



Master I livello

MARKETING MANAGEMENT PER L'IMPRESA INTERNAZIONALE

Prof.

Nome: Chiara

Cognome: Zappella

Area: Marketing

e-mail: chiara.zappella@libero.it

Laurea in Economia Aziendale presso l'Università degli Studi di Bergamo (2001) e Master in Marketing & e-Commerce presso SDA Bocconi (2003).

Trade Marketing Category Assistant in Nestlé Italia Divisione Dolciari (2004-2005), Trade Marketing Analyst in Müller Italia (2006-2009), Trade Marketing Manager in Gruppo Colussi dal 2010.

- 1) Marketing Mix - Distribuzione:** *presentazione della teoria (intermediari della distribuzione, canali di distribuzione, decisioni di marketing) e caso pratico (lavoro in gruppo e presentazione output all'aula)*
- 2) Piano di marketing per il lancio di un nuovo prodotto:** *introduzione teorica (metodi e strumenti per l'impostazione del piano) e caso pratico (lavoro in gruppo e presentazione output all'aula)*



Master I livello

MARKETING MANAGEMENT PER L'IMPRESA INTERNAZIONALE

Nome: Valentina
Cognome: Ziliani
Area: Comunicazione&Marketing
e-mail: valentina.ziliani@gmail.com

Laureata in Letterature Europee e Panamericane presso l'Università di Bergamo, è attualmente editor e copywriter presso l'agenzia di comunicazione New Target. Collabora inoltre con alcuni blog e portali web musicali come content curator. L'area di studio è la cultura pop in tutte le sue accezioni, con particolare attenzione alle strategie digitali di storytelling, i fenomeni di massa e i cambiamenti nelle tendenze sociali nel tempo.

Le lezioni sono incentrate sul rapporto tra social media e brand con analisi qualitative del tasso di interazione e della capacità di produrre contenuti memorabili, delineando le linee guida della strategia editoriale.

L'argomento verrà trattato attraverso lezioni frontali che prevedono la fruizione commentata di contenuti visuali e video.

Gli studenti si confronteranno con le dinamiche che muovono il marketing applicato alle piattaforme web: conversazione, coinvolgimento e diffusione finalizzate alla brand reputation online.