



Gentili Dottoresse e Dottori,

è un piacere per me presentarvi il master

“MARKETING MANAGEMENT PER L’IMPRESA INTERNAZIONALE”

nell’era dei New Media e del Digital Marketing

che nel 2016 giungerà alla sua dodicesima edizione. In questo file troverete le prime informazioni che lo descrivono.

Nelle pagine che seguono è riportata una prima presentazione che mi auguro possa esservi utile per mettere a fuoco se la nostra proposta di formazione specialistica sia ciò che state cercando per completare il Vostro curriculum di studi e/o professionale.

Perché questo MASTER:

Il territorio industriale bergamasco ha da sempre una vocazione all’esportazione sia per le grandi che per le piccole e medie imprese (PMI). I dati sull’economia locale confermano che la nostra provincia è tra le prime in Italia per la crescita di fatturato nei mercati esteri.

Da qui la necessità per le aziende di disporre di risorse in grado di rispondere alle continue opportunità e sfide del mercato che è sempre più complesso e in dinamica evoluzione. Tutti sono in concorrenza per acquisire gli stessi clienti: dai Paesi emergenti a quelli “storici”, la competizione è allargata e totale: il marketing e il marketing internazionale vogliono dare una risposta concreta ai bisogni di imprenditori ed aziende che competono in questo scenario.

I recenti cambiamenti dello scenario competitivo e, in particolare di quelli legati al mondo della comunicazione, ci hanno portato ad integrare e aggiornare l’offerta del master MMII con un importante innesto legato ai *New Media* e al *Digital Marketing* con un aumento delle lezioni dedicate che ha raggiunto il 10% del monte ore aula.



La capacità di creare una relazione proficua con il consumatore di oggi richiede, infatti, la padronanza delle dinamiche di interazione digitali.

L'adozione di un social network, l'impostazione della campagna pubblicitaria con la logica del *pay per click*, l'uso di tecniche di *marketing automation* a supporto di newsletter a mezzo e-mail e *landing page* sono solo alcuni dei nuovi temi inseriti nel programma didattico attraverso esercitazioni pratiche e lezioni teoriche volte a ricreare la complessità degli scenari di business di oggi con esempi riferiti ad aziende B2C e B2B di dimensioni e settori diversi.

Per chi è questo MASTER:

Il corso è rivolto a laureati (del nuovo e vecchio ordinamento) appartenenti ad ogni tipologia di facoltà.

Quando ho progettato il corso ho pensato in particolare a due tipologie di destinatari:

1. Neolaureati con una vocazione per l'area marketing-commerciale che desiderano entrare in azienda con una formazione di marketing approfondita che permetta loro di dare da subito un contributo concreto.
2. Laureati già inseriti da alcuni anni che sentono il bisogno di aggiornare la loro formazione (teorica e pratica) nelle aree commerciale e marketing proprio in base ai cambiamenti dello scenario economico verificati personalmente in ambito professionale.

Sono ammessi alla frequenza del master, in qualità di uditori, coloro che sono in possesso di un diploma di scuola media superiore.

Che cosa avrete imparato dopo un anno di frequenza al Master MMII:

Al termine del Master sarete in grado di impostare un piano di marketing internazionale partendo dalla definizione e analisi di mercati esteri (verifica dell'attrattività) alle strategie di marketing, alla realizzazione della stessa per giungere al lancio di un prodotto, alla sua "messa a fuoco" in termini di prezzo ed alla relativa scelta dei canali/intermediari della distribuzione. Avrete avuto una panoramica attuale legata ai principali cambiamenti dello scenario competitivo mondiale di questi ultimi anni.



L'impostazione della didattica

L'impostazione didattica (tre sere alla settimana dalle 17,30 alle 20,30 e la mattina del sabato dalle 9 alle 13) permettono di frequentare il Master sia a chi lavora e a chi troverà un'occupazione durante il corso.

Il corso è strutturato in tre momenti sequenziali:

- allineamento
- mobilitazione
- accelerazione

L'**allineamento** serve per portare tutti allo stesso livello di conoscenze di base di economia, marketing e comunicazione; per alcuni si tratta di una conferma attualizzata delle proprie conoscenze, per altri dell'integrazione di alcune materie, per altri ancora della "creazione" del denominatore comune legato alle materie afferenti all'economia .

La **mobilitazione** introduce i temi "dell'internazionale" sulle stesse materie e in aggiunta la parte sulle strategie di marketing. Qui si entra nel vivo del Master con l'approfondimento delle materie di base e il lancio di quelle specialistiche e ci si prepara per l'ultima fase: quella della frontiera.

L'**accelerazione** considera concetti di attualità e frontiera come la comunicazione crossculturale e il comportamento del consumatore supportate anche dalle testimonianze di esperti/imprenditori.

Le lezioni sono strutturate sia con una base teorica, sia con lo studio di casi pratici, la presentazione delle soluzioni e la verifica della fattibilità.

I docenti del Master MMII:

I docenti provengono sia dalla nostra Università che da altri atenei italiani e internazionali. Nella fase di accelerazione sono previste presentazioni di testimonial che operano in azienda sia come imprenditori che come managers nelle aree commerciali e marketing.

Abbiamo consolidate relazioni con:



- University of Missouri (USA)
- Technische Hochschule Mittelhessen (D)

I cui docenti vengono ad insegnare ai nostri corsisti sin dalla prima edizione del Master.

Dal 2007 è previsto, nel mese di settembre, un viaggio in Germania in base alla nostra joint venture con il Master MBA di Giessen.

Circa la metà delle 410 ore di lezione frontale sono in lingua inglese. Nelle precedenti edizioni abbiamo avuto tra il 20 e 40 per cento di corsisti stranieri che hanno fornito un contributo importante condividendo le loro esperienze di marketing “in country”.

I due macro blocchi del master sono:

- 410 ore di formazione in aula (di cui circa 200 in lingua straniera);
- 400 ore di tirocinio (stage, project work, progetto di ricerca);

a cui sarà da aggiungere lo studio individuale.

Il corso che si sviluppa su un anno si svolgerà presso la Sede dell’Università degli Studi di Bergamo in Via dei Caniana, 2. Prevede come termine per le iscrizioni la prima settimana di ottobre 2016 e inizio mercoledì 2 novembre 2016, sempre che sia raggiunto il numero minimo di iscrizioni definito dalla Commissione del Master.

La tassa di iscrizione del Master è fissata in € 5.466,00 (comprensiva della marca da bollo assolta in modo virtuale). Il viaggio in Germania, se verrà confermato per la nona edizione, non è compreso nella tassa di iscrizione.

Il master dall’a.a. 2014.2015 è accreditato presso la Simktg (Società Italiana Marketing <http://www.simktg.it/sp/it/home.3sp>)

A marzo 2016 abbiamo inaugurato una nuova collaborazione con il master GMC dell’Università Ca’ Foscari di Venezia che ha ospitato il master MMII per una giornata di attività interdisciplinari.



Nel mese di ottobre è prevista la presentazione del corso nella sede del master, in Via dei Caniana, 2 presso il Dipartimento di Scienze aziendali, economiche e metodi quantitativi. Nelle comunicazioni successive invieremo l'invito con i dettagli dell'evento.

Per ulteriori informazioni potete contattare il sottoscritto (mauro.cavallone@unibg.it) oppure la dr.ssa Erika Morali, tutor del corso (mastermarketing@unibg.it), che potete trovare presso l'Ufficio 264 (tel. 035/205 2868).

RingraziandoVi anticipatamente per l'interesse, mi auguro che possa trasformarsi in una decisione e resto a disposizione per ogni chiarimento o informazione riterrete necessario.

I più cordiali saluti,

Prof. Mauro Cavallone
(Direttore Master MMII)

Bergamo, 20 maggio 2016

P.S. 1

Il costo del Master (5.466,00 € comprensiva della marca da bollo assolta in modo virtuale) è totalmente finanziabile dalla B.P.U. - Banca Popolare di Bergamo e prevede la restituzione in dodici rate a partire dal mese successivo alla chiusura del corso.

P.S. 2

Sempre nel sito del master trovate tutte le altre informazioni sul corso come il bando, la struttura del corso, il progetto formativo e le F.A.Q.