

SCHEDA INFORMATIVA MASTER

“Marketing Management per l’impresa internazionale- nell’era dei new media e del digital marketing” A.A. 2017/2018

TITOLO:	Marketing per l'impresa internazionale nell'era dei new media e del digital marketing											
LIVELLO:	Master di Primo livello											
LINGUA:	Italiano - inglese											
DIPARTIMENTO DI AFFERENZA:	Scienze aziendali, economiche e metodi quantitativi											
CONTRIBUTO DI ISCRIZIONE:	5.900,00											
DIRETTORE:	Mauro Cavallone											
COMMISSIONE DEL MASTER:	Francesco Arcucci, Mauro Cavallone, Mario Locatelli, Mariella Piantoni, Angelo Renoldi											
OBIETTIVI FORMATIVI:	<p>Il master è stato ideato per formare e aggiornare delle figure che in azienda si occupino del presidio dei mercati internazionali, operino per la definizione dei piani di marketing sia Italia sia estero e siano in grado di gestire in modo integrato tutte le attività utili a svolgere il processo di marketing management.</p> <p>Al termine del Master i corsisti saranno in grado di impostare strategie di marketing e marketing internazionale e realizzare analisi di mercati nazionali e esteri, partendo dalla attrattività degli stessi per giungere al lancio di un prodotto, alla sua definizione in termini di prezzo, di comunicazione e alla relativa scelta dei canali/intermediari della distribuzione.</p> <p>Inoltre, obiettivo del master è anche quello di fornire tutti gli strumenti necessari a creare una relazione proficua con il consumatore di oggi, in particolare attraverso l'utilizzo dei New Media. 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 recenti temi inseriti nel programma didattico in riferimento al mondo della comunicazione, fondamentali per poter rispondere in modo efficace ai recenti cambiamenti dello scenario competitivo aziendale.</p>											
SBocchi OCCUPAZIONALI:	<p>Le figure professionali alle quali si fa riferimento possono rientrare nelle definizioni delle job description di:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Responsabile marketing estero per P.M.I • Product Manager per Grandi Imprese • Area Manager sia marketing che commerciale (per PMI e GI) 											
SCADENZE:	<table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td>Apertura Iscrizioni</td> <td style="text-align: right;">30/06/2017</td> </tr> <tr> <td>Chiusura Iscrizioni</td> <td style="text-align: right;">19/09/2017</td> </tr> <tr> <td>Elenco ammessi</td> <td style="text-align: right;">26/09/2017</td> </tr> <tr> <td>Apertura immatricolazioni e pagamenti</td> <td style="text-align: right;">29/09/2017</td> </tr> <tr> <td>Chiusura Immatricolazioni</td> <td style="text-align: right;">05/10/2017</td> </tr> </table>		Apertura Iscrizioni	30/06/2017	Chiusura Iscrizioni	19/09/2017	Elenco ammessi	26/09/2017	Apertura immatricolazioni e pagamenti	29/09/2017	Chiusura Immatricolazioni	05/10/2017
Apertura Iscrizioni	30/06/2017											
Chiusura Iscrizioni	19/09/2017											
Elenco ammessi	26/09/2017											
Apertura immatricolazioni e pagamenti	29/09/2017											
Chiusura Immatricolazioni	05/10/2017											
DATA DI AVVIO:	8 Novembre 2017											
MESE DI CONCLUSIONE:	Ottobre 2018											
CALENDARIO DELLE LEZIONI:	Lunedì/Mercoledì/Venerdì dalle 17.30 alle 20.30 Sabato dalle 9 alle 13											
SEDE/I DELLE LEZIONI:	Campus economico-giuridico, via dei Caniana 2 Bergamo											
DURATA E PIANO DIDATTICO	<p>Il corso ha durata annuale per complessive 1500 ore, per un totale di 60 crediti formativi universitari, ed è così articolato:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 410 ore di formazione in aula • 400 ore di stage/project work /progetto di ricerca • 615 ore di formazione individuale 											

	<ul style="list-style-type: none"> 75 ore di elaborazione tesi finale <table border="1"> <thead> <tr> <th>INSEGNAMENTI</th> <th>SSD</th> <th>CFU</th> <th>ORE</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>AREA: MARKETING & MARKETING INTERNAZIONALE</td> <td></td> <td>23</td> <td>230</td> </tr> <tr> <td>Marketing (<i>in lingua inglese</i>)</td> <td>SECS-P/08</td> <td>7,5</td> <td>75</td> </tr> <tr> <td>Marketing Internazionale (<i>in lingua inglese</i>)</td> <td>SECS-P/08</td> <td>5</td> <td>50</td> </tr> <tr> <td>R.S.G.N.P. (Ricerca, sviluppo & gestione di nuovi prodotti)</td> <td>SECS-P/08</td> <td>5</td> <td>50</td> </tr> <tr> <td>C.I. & I.M. (Comunicazione Internazionale & Internet Marketing)</td> <td>SECS-P/08</td> <td>5,5</td> <td>55</td> </tr> <tr> <td>AREA: GESTIONE DELL'IMPRESA INTERNAZIONALE</td> <td></td> <td>7,5</td> <td>75</td> </tr> <tr> <td>Project Management – Organizzazione aziendale</td> <td>SECS-P/10</td> <td>3</td> <td>30</td> </tr> <tr> <td>Strategie di Internazionalizzazione (<i>parte in lingua inglese</i>)</td> <td>SECS-P/08</td> <td>4,5</td> <td>45</td> </tr> <tr> <td>AREA: ECONOMIA & SCAMBI INTERNAZIONALI</td> <td></td> <td>8,5</td> <td>85</td> </tr> <tr> <td>Elementi di economia e economia internazionale</td> <td>SECS-P/01</td> <td>3</td> <td>30</td> </tr> <tr> <td>Economia e tecnica degli scambi internazionali</td> <td>SECS-P/08</td> <td>5,5</td> <td>55</td> </tr> <tr> <td>AREA LINGUISTICA</td> <td></td> <td>2</td> <td>20</td> </tr> <tr> <td>Business English</td> <td>L-LIN/12</td> <td>2</td> <td>20</td> </tr> </tbody> </table>	INSEGNAMENTI	SSD	CFU	ORE	AREA: MARKETING & MARKETING INTERNAZIONALE		23	230	Marketing (<i>in lingua inglese</i>)	SECS-P/08	7,5	75	Marketing Internazionale (<i>in lingua inglese</i>)	SECS-P/08	5	50	R.S.G.N.P. (Ricerca, sviluppo & gestione di nuovi prodotti)	SECS-P/08	5	50	C.I. & I.M. (Comunicazione Internazionale & Internet Marketing)	SECS-P/08	5,5	55	AREA: GESTIONE DELL'IMPRESA INTERNAZIONALE		7,5	75	Project Management – Organizzazione aziendale	SECS-P/10	3	30	Strategie di Internazionalizzazione (<i>parte in lingua inglese</i>)	SECS-P/08	4,5	45	AREA: ECONOMIA & SCAMBI INTERNAZIONALI		8,5	85	Elementi di economia e economia internazionale	SECS-P/01	3	30	Economia e tecnica degli scambi internazionali	SECS-P/08	5,5	55	AREA LINGUISTICA		2	20	Business English	L-LIN/12	2	20
INSEGNAMENTI	SSD	CFU	ORE																																																						
AREA: MARKETING & MARKETING INTERNAZIONALE		23	230																																																						
Marketing (<i>in lingua inglese</i>)	SECS-P/08	7,5	75																																																						
Marketing Internazionale (<i>in lingua inglese</i>)	SECS-P/08	5	50																																																						
R.S.G.N.P. (Ricerca, sviluppo & gestione di nuovi prodotti)	SECS-P/08	5	50																																																						
C.I. & I.M. (Comunicazione Internazionale & Internet Marketing)	SECS-P/08	5,5	55																																																						
AREA: GESTIONE DELL'IMPRESA INTERNAZIONALE		7,5	75																																																						
Project Management – Organizzazione aziendale	SECS-P/10	3	30																																																						
Strategie di Internazionalizzazione (<i>parte in lingua inglese</i>)	SECS-P/08	4,5	45																																																						
AREA: ECONOMIA & SCAMBI INTERNAZIONALI		8,5	85																																																						
Elementi di economia e economia internazionale	SECS-P/01	3	30																																																						
Economia e tecnica degli scambi internazionali	SECS-P/08	5,5	55																																																						
AREA LINGUISTICA		2	20																																																						
Business English	L-LIN/12	2	20																																																						
POSTI DISPONIBILI:	Max: 40 Min: 17																																																								
REQUISITI D'AMMISSIONE:	<p>Diploma Universitario (V.O.); Laurea Quadriennale/ Quinquennale (V.O) Laurea Triennale (N.O.) Laurea Specialistica (N.O) Laurea Magistrale (N.O.) Laureandi che conseguano titolo ammissione entro 2 mesi dall'avvio del master Titolo accademico estero equiparato per livello, natura, contenuto e diritti accademici (accesso ad ulteriori corsi), al titolo accademico italiano richiesto per l'accesso al corso prescelto L'iscrizione resta subordinata alla valutazione delle idoneità del titolo da parte degli organi accademici ai soli fini dell'iscrizione.</p>																																																								
CRITERI DI SELEZIONE: (In caso di superamento del numero massimo di iscritti)	<p>La selezione verrà effettuata solo nel caso in cui il numero dei candidati aventi i requisiti richiesti sia superiore al numero massimo previsto; una Commissione di selezione proposta dal Direttore del Master, effettuerà una selezione per titoli e curriculum vitae e formulerà una graduatoria di merito espressa in trentesimi, determinata sulla base dei seguenti criteri di valutazione: <i>esempio</i></p> <ul style="list-style-type: none"> 12 su 30 – voto di laurea (per quanto concerne i laureandi si terrà conto della media dei voti degli esami di profitto) 1-90 2pt; 91-95 4pt; 96-100 6pt; 101-106 8pt; 107-109 10pt; 110 11pt; 110 e lode 12pt 18 su 30 – eventuali titoli posseduti e pubblicazioni, attinenza degli studi agli argomenti trattati nel master, esperienze professionali nel settore oltre laurea 5pt; master 4 pt; corso perfezionamento 2pt; pubblicazioni 3pt; attinenza degli studi agli argomenti trattati nel master 2pt, esperienze professionali nel settore 2pt 																																																								
DOCUMENTI INTEGRATIVI da allegare	<p>Curriculum Vitae Certificati conoscenza lingua e livello</p>																																																								

alla domanda di preiscrizione:	
ALTRI SOGGETTI AMMISSIBILI	<p>UDITORI: in possesso almeno del Diploma di scuola media superiore (senza la possibilità di svolgere tirocinio e sostenere esami) – acronimo per bonifico: MKTMA</p> <p>SINGOLI INSEGNAMENTI: Gli ex allievi delle precedenti edizioni del master possono effettuare l'iscrizione al singolo insegnamento C.I. & I.M. (Comunicazione Internazionale & Internet Marketing). Costo: 750,00 € – acronimo per bonifico: MKTMA</p>
TASSE E CONTRIBUTI UDITORI:	€ 4.720,00
BORSE DI STUDIO:	<i>Nessuna</i>