

ALLEGATO - PIANO DIDATTICO E SCHEDA INFORMATIVA**1) PIANO DIDATTICO**

TITOLO	International Marketing Management & Digital Context																														
TIPOLOGIA DI CORSO	Master I livello																														
N EDIZIONE	XIX																														
LINGUA	Italiano -inglese																														
DIPARTIMENTO DI APPARTENENZA	Scienze aziendali																														
DIRETTORE	Mauro Cavallone																														
COMMISSIONE DEL MASTER	Mauro Cavallone, Anna Maria Falzoni, Gianpaolo Baronchelli, Cristiana Cattaneo, Tommaso Minola, Mario Locatelli, 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 <i>pay per click</i>, l'uso di tecniche di <i>marketing automation</i> a supporto di newsletter a mezzo e-mail e <i>landing page</i> 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) 																														
PIANO DIDATTICO E DESCRIZIONE DEI SINGOLI INSEGNAMENTI	<p>Il corso ha durata annuale per complessive 1500 ore, per un totale di 60 crediti formativi universitari, ed è così articolato:</p> <p>410 ore lezione frontale 615 ore di formazione individuale 400 ore di stage/project work 75 ore di elaborazione tesi Master</p> <table border="1" data-bbox="470 1751 1476 2042"> <thead> <tr> <th>INSEGNAMENTO</th> <th>SSD</th> <th>CFU</th> <th>Ore aula</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td colspan="4" style="text-align: center;">AREA MARKETING & MARKETING INTERNAZIONALE</td> </tr> <tr> <td>Marketing (<i>in lingua inglese</i>)</td> <td>SECS-P/08</td> <td>7</td> <td>70</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>6</td> <td>60</td> </tr> <tr> <td>Pubblicità e Comunicazione</td> <td>SECS-P/08</td> <td>2</td> <td>20</td> </tr> <tr> <td>New Media e Digital Marketing</td> <td>SECS-P/08</td> <td>6</td> <td>60</td> </tr> </tbody> </table>			INSEGNAMENTO	SSD	CFU	Ore aula	AREA MARKETING & MARKETING INTERNAZIONALE				Marketing (<i>in lingua inglese</i>)	SECS-P/08	7	70	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	6	60	Pubblicità e Comunicazione	SECS-P/08	2	20	New Media e Digital Marketing	SECS-P/08	6	60
INSEGNAMENTO	SSD	CFU	Ore aula																												
AREA MARKETING & MARKETING INTERNAZIONALE																															
Marketing (<i>in lingua inglese</i>)	SECS-P/08	7	70																												
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	6	60																												
Pubblicità e Comunicazione	SECS-P/08	2	20																												
New Media e Digital Marketing	SECS-P/08	6	60																												

	AREA: GESTIONE DELL'IMPRESA INTERNAZIONALE			
	Project Management	SECS-P/10	2	20
	Strategie di Internazionalizzazione (<i>parte in lingua inglese</i>)	SECS-P/08	4	40
	AREA ECONOMIA & SCAMBI INTERNAZIONALI			
	Elementi di economia e economia internazionale	SECS-P/01	3	30
	Economia e tecnica degli scambi internazionali	SECS-P/08	4	40
	AREA LINGUISTICA			
	Business English	L-LIN/12	2	20
	Tot. attività didattica		41	410
	Attività di formazione individuale			615
	Stage/project work		16	400
	Elaborazione tesi di Master		3	75
	Ore complessive del Master		60	1500
<p>AREA MARKETING & MARKETING INTERNAZIONALE (260 ore - 26 cfu)</p> <p>MARKETING (70 ore - 7 cfu) articolato in un unico modulo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Marketing <p>Contenuti del modulo: Il nuovo scenario competitivo Evoluzione del ruolo del marketing Processo di marketing management Customer focus Business analysis Sistema informativo di marketing Marketing mix Casi pratici di marketing operativo</p> <p>MARKETING INTERNAZIONALE (50 ore - 5 cfu) articolato nei seguenti moduli:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Marketing Internazionale <p>Contenuti del modulo: Marketing internazionale e scenario Scambi nel mondo e ruolo dell'Italia Stadi di sviluppo Analisi dei mercati internazionali Segmentazione dei mercati internazionali Marketing mix internazionale Piano di marketing internazionale Comportamento del consumatore Cross cultural marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> • Strategie di Marketing Internazionale <p>Contenuti del modulo: Concetto di strategia d'impresa Processi di governo strategico Strategie e formule imprenditoriali di successo Analisi del sistema competitivo Diagnosi strategica Curve di esperienza nella formulazione della strategia competitiva</p>				

Dinamiche concorrenziali: strategie di ingresso, attacco e difesa
Strategie internazionali
Strategie di sviluppo delle aziende multibusiness
Cambiamento strategico
Capacità di rinnovamento dell'impresa

RICERCA, SVILUPPO & GESTIONE DI NUOVI PRODOTTI (60 ore - 6 cfu)

articolato nei seguenti moduli:

• **Tecniche di ricerca per i mercati internazionali**

Contenuti del modulo:

Ricerche di mercato e di marketing
Ricerca qualitativa e quantitativa
Il questionario
Interviste telefoniche e dirette
La tabulazione dei dati
La definizione dei "findings"
Risvolti internazionali nella ricerca
Gestione delle innovazioni

• **Gestione di prodotti internazionali**

Contenuti del modulo:

Fonti dell'innovazione: competenze interne, partner, concorrenti, consumatori
Tecniche di generazione di nuove idee
Tecniche di selezione delle idee
Progettazione del prodotto e test di lancio sul mercato

• **Sviluppo di nuovi prodotti per i mercati internazionali**

Contenuti del modulo:

Fonti dell'innovazione: competenze interne, partner, concorrenti, consumatori
Tipologie di innovazione e processo innovativo
Tecniche di generazione di nuove idee
Tecniche di selezione delle idee
Progettazione del prodotto e test di lancio sul mercato

PUBBLICITÀ E COMUNICAZIONE (20 ore - 2 cfu) articolato in un unico modulo:

• **Pubblicità e comunicazione**

Contenuti del modulo:

Storia della pubblicità e strategie comunicative nel contesto nazionale e internazionale
Argomenti principali:
Teorie sulla comunicazione
Elementi della comunicazione
Comunicazione internazionale
Scelta dei media all'estero
Cenni di comunicazione digitale

Interverranno esperti nell'ambito dell'advertising.

NEW MEDIA E DIGITAL MARKETING (60 ore - 6 cfu) articolato nei seguenti moduli:

• **Internet e marketing**

Contenuti del modulo:
Commercio in Internet: caratteristiche e strumenti
Comunicazione d'impresa in Internet
Ricerca delle informazioni da parte dei clienti
Commercio elettronico
Scenario legislativo
Intranet - Extranet
Vantaggi dell'azienda online
L'evoluzione delle nuove tecnologie digitali e dei canali di comunicazione online ha rivoluzionato il set di competenze richieste ai professionisti del marketing. I due corsi proposti, di approccio particolarmente pratico, vogliono fornire agli studenti mezzi, concetti e framework per ampliare le proprie skill digitali. Dal web development, alla SEO; dallo storytelling digitale alla creazione di campagne online e al monitoraggio dei principali KPI di prestazione; gli studenti acquisiranno la capacità di guardare in modo critico al mondo del digital marketing e di utilizzarne consapevolmente gli strumenti.

AREA: GESTIONE DELL'IMPRESA INTERNAZIONALE (60 ore - 6 cfu)

PROJECT MANAGEMENT (20 ore - 2 cfu) articolato in un unico modulo

• **Project Management per i mercati internazionali**

Contenuti del modulo:
Definizione di project management
Gli elementi costitutivi del PM
Diagrammi di flusso e a lisca di pesce
Logiche di processo decisionale
Definizione del problema
Ricerca delle cause di fondo
Evidenziazione delle alternative
Scelta delle soluzioni
I software a supporto del PM
Elementi di organizzazione aziendale

STRATEGIE DI INTERNAZIONALIZZAZIONE (40 ore - 4 cfu) articolato nei seguenti moduli:

• **Processi di internazionalizzazione**

Contenuti del modulo:
Lo scenario internazionale
La complessità nel mondo globalizzato
La triade Europa-USA-Giappone
I paesi emergenti
Suddivisione dei paesi in base alle risorse tecnologiche, economiche e umane legate allo sviluppo dei mercati internazionali

• **Funzioni e attività della Camera di Commercio**

Contenuti del modulo:
Informazione, formazione e consulenza
Programmi e progetti comunitari
Ricerca di partner internazionali
Asia Desk
Artigianato
Incontri di affari
Progetti espositivi

Seminari e testimonianze: attività integrative extracurricolari sugli argomenti di questa area tenute da esperti nell'ambito del management internazionale che intervengono presentando le loro esperienze operative.

AREA ECONOMIA & SCAMBI INTERNAZIONALI (70 ore - 7 cfu)

ELEMENTI DI ECONOMIA E ECONOMIA INTERNAZIONALE (30 ore - 3 cfu)

articolato in un unico modulo:

- **Elementi di economia e economia internazionale**

Contenuti dell'insegnamento:

Elementi di micro e macro economia
 Elementi di teoria del commercio internazionale
 Politiche commerciali e industriali
 Elementi di economia monetaria internazionale
 Sistemi monetari internazionali

ECONOMIA E TECNICA DEGLI SCAMBI INTERNAZIONALI (40 ore - 4 cfu)

articolato in un unico modulo:

- **Economia e tecnica degli scambi internazionali**

Contenuti dell'insegnamento:

Evoluzione del contesto economico-finanziario internazionale
 Struttura finanziaria dei paesi industrializzati e in via di sviluppo
 Mercato dei cambi e bilancia dei pagamenti
 Economia internazionale e commercio internazionale
 Finanza internazionale e moneta internazionale
 Strumenti finanziari classici e prodotti derivati
 Cenni sulla gestione patrimoniale internazionale
 Cooperazione internazionale in campo economico e finanziario
 Processo di unificazione monetaria in Europa
 International Business
 Internationalization
 Expansion of markets: threats and opportunities
 Ethical issues
 Out- and insourcing
 Position of the developing world
 Growth
 Globalisation
 Protectionism
 World Trade Organisation
 Protection of intellectual property
 Foreign Direct Investments
 Real estate
 Free trade zones
 Lobbies and interest groups
 Foreign exchange: money in the global world
 Raw materials (oil, iron, ore, agricultural products,...)
 Interdependence
 Investors: role and rights
 Investment banking
 Environment and sustainable development
 Geographical overview

	<ul style="list-style-type: none">• 18 su 30 – eventuali titoli posseduti e pubblicazioni, attinenza degli studi agli argomenti trattati nel master, esperienze professionali nel settore <i>altra laurea 5 pt; master 4 pt; corso perfezionamento 2 pt; pubblicazioni 3 pt; attinenza degli studi sugli argomenti trattati nel corso 2 pt; esperienze professionali nel settore 2 pt</i> In caso di pari merito sarà preferito il candidato più giovane
DOCUMENTI INTEGRATIVI	Curriculum vitae Certificazione e/o dichiarazione di conoscenza lingua straniera e livello (il modulo da utilizzare è disponibile nella pagina web del corso)