

PIANO DIDATTICO E SCHEDA INFORMATIVA

1) PIANO DIDATTICO

TITOLO	International Marketing Management & Digital Context
TITOLO CONGIUNTO CON	Università degli Studi di Napoli Parthenope
TIPOLOGIA DI CORSO	Master I livello
N EDIZIONE	XX
LINGUA	Italiano -inglese
DIPARTIMENTO DI APPARTENENZA	Scienze aziendali
DIRETTORE	Francesca Magno (Università degli Studi di Bergamo), Mauro Cavallone (Università degli Studi di Napoli Parthenope)
COMMISSIONE DEL MASTER	Francesca Magno, Mauro Cavallone, Cristiana Cattaneo, Giovanna Dossena, Anna Maria Falzoni, Tommaso Minola, Chiara Cannavale, Francesco Calza, Francesca Perla, Michele Simoni, Gianpaolo Baronchelli, 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 Italia e estero per P.M.I. • Product Manager • Area Manager sia marketing che commerciale (per PMI e GI) • Risorsa in uffici comunicazione on line e off line (creatività, content, ecc.) • Risorsa in uffici marketing • Risorse in società di consulenza di comunicazione e marketing
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 style="padding-left: 40px;">410 ore lezione frontale 615 ore di formazione individuale 400 ore di stage/project work 75 ore di elaborazione tesi Master</p> <p>Al termine di ogni insegnamento è previsto un esame di profitto volto a conseguire i relativi cfu.</p>

Al termine del percorso è prevista l'elaborazione di una tesi di master che deve essere esposta e discussa in seduta pubblica.

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

AREA MARKETING & MARKETING INTERNAZIONALE (260 ore - 26 cfu)

MARKETING (70 ore - 7 cfu) articolato in un unico modulo:

• **Marketing**

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

MARKETING INTERNAZIONALE (50 ore - 5 cfu) articolato nei seguenti moduli:

• **Marketing Internazionale**

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
 Brand Management : Il ruolo e la forza del brand nei mercati internazionali

● **Strategie di Marketing Internazionale**

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
 Dinamiche concorrenziali: strategie di ingresso, attacco e difesa
 Strategie internazionali
 Strategie di sviluppo delle aziende multibusiness
 I nuovi approcci per l'entrata nei mercati attraverso i social
 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

Teorie sulla comunicazione

Elementi della comunicazione

Comunicazione internazionale

Scelta dei media all'estero

La comunicazione digitale (cenni)

Brand Management: Il ruolo e la forza del brand

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 interverranno 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

CALENDARIO DELLE LEZIONI:	Lunedì/Mercoledì/Venerdì dalle 17.30 alle 20.30 Sabato dalle 9 alle 13																												
SEDE/I DELLE LEZIONI:	Sedi dell'Università degli studi di Bergamo																												
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. La Commissione 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:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Voto di laurea fino a max. 12 punti del titolo richiesto per l'ammissione: laurea triennale o ciclo unico <table border="1" data-bbox="502 689 1340 772"> <tr> <td>110 e lode</td> <td>110</td> <td>109-107</td> <td>106-101</td> <td>100-96</td> <td>95-90</td> <td><90</td> </tr> <tr> <td>12</td> <td>11</td> <td>10</td> <td>8</td> <td>6</td> <td>4</td> <td>2</td> </tr> </table> <p>per i laureandi si terrà conto della media dei voti degli esami di profitto:</p> <table border="1" data-bbox="502 869 1340 952"> <tr> <td>30 e lode</td> <td>30</td> <td>29-28</td> <td>27-26</td> <td>25-24</td> <td>23-22</td> <td><22</td> </tr> <tr> <td>12</td> <td>11</td> <td>10</td> <td>8</td> <td>6</td> <td>4</td> <td>2</td> </tr> </table> • Ulteriori titoli di studio universitari fino a max. 14 punti – ulteriori titoli posseduti alla scadenza della preiscrizione: <ul style="list-style-type: none"> - altra laurea max. 5 pt: triennale 2 pt - magistrale 3 pt - corso di perfezionamento 2 pt; - corso di specializzazione 2 pt - master o dottorato max 5 pt: master di I livello 2 pt master di II livello 3 pt dottorato: 5 pt <p>Esperienza professionale nel settore fino a max. 4 punti da 1 a 5 anni 2 pt da 6 anni in poi 4 pt</p> <p>In caso di pari merito sarà preferito il candidato più giovane</p>	110 e lode	110	109-107	106-101	100-96	95-90	<90	12	11	10	8	6	4	2	30 e lode	30	29-28	27-26	25-24	23-22	<22	12	11	10	8	6	4	2
110 e lode	110	109-107	106-101	100-96	95-90	<90																							
12	11	10	8	6	4	2																							
30 e lode	30	29-28	27-26	25-24	23-22	<22																							
12	11	10	8	6	4	2																							
DOCUMENTI INTEGRATIVI	Curriculum vitae Certificazione e/o dichiarazione di conoscenza lingua inglese e livello (il modulo da utilizzare è disponibile nella pagina web del corso)																												