

PIANO DIDATTICO

TITOLO	International Marketing Management & Digital Context					
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 di formazione didattica:</p> <ul style="list-style-type: none"> 310 ore lezione frontale 100 ore didattica a distanza <p>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> <p>Al termine del percorso è prevista l'elaborazione di una tesi di master che deve essere esposta e discussa in seduta pubblica.</p>					
	INSEGNAMENTO	SSD	CFU	Ore didattica totali	Ore aula	Ore DAD
	AREA MARKETING & MARKETING INTERNAZIONALE					
	Marketing (<i>in lingua inglese</i>)	SECS-P/08	7	70	70	
	Marketing Internazionale (<i>in lingua inglese</i>)	SECS-P/08	5	50	41	9
	R.S.G.N.P. (Ricerca, Sviluppo & Gestione di Nuovi Prodotti)	SECS-P/08	5	50	17	33
	Pubblicità e Comunicazione	SECS-P/08	2	20	20	
	New Media e Digital Marketing	SECS-P/08	4	40	13	27
	AREA: GESTIONE DELL'IMPRESA INTERNAZIONALE					
	Project Management	SECS-P/10	2	20	20	
	Strategie di Internazionalizzazione (<i>parte in lingua inglese</i>)	SECS-P/08	4	40	40	
	AREA ECONOMIA & SCAMBI INTERNAZIONALI					
	Elementi di economia e economia internazionale	SECS-P/01	3	30	30	
	Economia e tecnica degli scambi internazionali	SECS-P/08	4	40	32	8
	La trasformazione del marketing internazionale nell'era dell'IA: nuovi trend, strategie, strumenti	SECS-P/08	3	30	7	23
	AREA LINGUISTICA					
	Business English	L-LIN/12	2	20	20	
	Tot. Attività didattica		41	410	310	100
	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 (230 ore – 23 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 (50 ore – 5 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

La comunicazione digitale (cenni)

Brand Management: Il ruolo e la forza del brand

Interverranno esperti nell'ambito dell'advertising.

NEW MEDIA E DIGITAL MARKETING (40 ore – 4 cfu) articolato in un unico modulo

- **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 (100 ore – 10 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
 Global world economy
 e-commerce

**LA TRASFORMAZIONE DEL MARKETING INTERNAZIONALE NELL'ERA DELL'IA:
 NUOVI TREND, STRATEGIE, STRUMENTI (30 ore – 3 cfu)** articolato in un unico
 modulo:

- **L'evoluzione digitale nel marketing internazionale: scenari e trend in atto**

Contenuti dell'insegnamento:

Il ruolo dei dati e delle strategie data-driven

L'integrazione tra digitale e fisico nelle strategie di marketing

Le applicazioni delle nuove tecnologie per la progettazione e l'implementazione
 delle strategie di marketing internazionale e per l'export management

L'intelligenza artificiale e l'automazione: dalla selezione dei mercati esteri, alla
 segmentazione, ai chatbot e assistenti virtuali per la customer experience
 internazionale

E-commerce, influencer e social commerce internazionale: strategie per l'e-
 commerce proprietario e per le piattaforme digitali B2C e B2B

Blockchain: dalla valorizzazione del "Made in" alla gestione sicura ed efficiente dei
 pagamenti e dei trasporti internazionali

Metaverso, realtà aumentata/virtuale e nuove tecnologie emergenti

AREA LINGUISTICA (20 ore – 2 cfu)

BUSINESS ENGLISH (20 ore – 2 cfu) articolato in un unico modulo:

- **Business English**

Contenuti dell'insegnamento:

I termini di marketing e comunicazione

L'analisi di campagne pubblicitarie internazionali

Il business English

Esprimersi in un contesto multiculturale