

## PIANO DIDATTICO E SCHEDA INFORMATIVA

### 1) PIANO DIDATTICO

<b>TITOLO</b>	<b>International Marketing Management &amp; Digital Context</b>
<b>TITOLO CONGIUNTO CON</b>	Università degli Studi di Napoli Parthenope
<b>TIPOLOGIA DI CORSO</b>	Master I livello
<b>N EDIZIONE</b>	XXII
<b>LINGUA</b>	Italiano -inglese
<b>DIPARTIMENTO DI APPARTENENZA</b>	Scienze aziendali
<b>DIRETTORE</b>	Francesca Magno (Università degli Studi di Bergamo), Mauro Cavallone (Università degli Studi di Napoli Parthenope)
<b>COMMISSIONE DEL MASTER</b>	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
<b>OBIETTIVI FORMATIVI</b>	<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>
<b>SBOCCHI OCCUPAZIONALI</b>	<p>Le figure professionali alle quali si fa riferimento possono rientrare nelle definizioni delle job description di:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Responsabile marketing Italia e estero per P.M.I.</li> <li>• Product Manager</li> <li>• Area Manager sia marketing che commerciale (per PMI e GI)</li> <li>• Risorsa in uffici comunicazione on line e off line (creatività, content, ecc.)</li> <li>• Risorsa in uffici marketing</li> <li>• Risorse in società di consulenza di comunicazione e marketing</li> </ul>
<b>PIANO DIDATTICO E DESCRIZIONE DEI SINGOLI INSEGNAMENTI</b>	<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"> <li>• 310 ore didattica in presenza</li> <li>• 100 ore didattica a distanza</li> </ul> <p>615 ore di formazione individuale 400 ore di stage/project work 75 ore di elaborazione tesi Master</p>

	<b>INSEGNAMENTO</b>	<b>SSD</b>	<b>CFU</b>	<b>Ore didattica totali</b>	<b>Ore aula</b>	<b>Ore DAD</b>
	<b>AREA MARKETING &amp; MARKETING INTERNAZIONALE</b>					
	Marketing ( <i>in lingua inglese</i> )	ECON-07/A ECON-06/A (9 ore)	7	70	70	
	Marketing Internazionale ( <i>in lingua inglese</i> )	ECON-07/A	5	50	41	3
	R.S.G.N.P. (Ricerca, Sviluppo & Gestione di Nuovi Prodotti)	ECON-07/A	5	50	17	33
	Pubblicità e Comunicazione	ECON-07/A	2	20	20	
	New Media e Digital Marketing	ECON-07/A	4	40	13	27
	<b>AREA: GESTIONE DELL'IMPRESA INTERNAZIONALE</b>					
	Project Management	ECON-08/A	2	20	20	
	Strategie di Internazionalizzazione ( <i>parte in lingua inglese</i> )	ECON-07/A	4	40	34	6
	<b>AREA ECONOMIA &amp; SCAMBI INTERNAZIONALI</b>					
	Elementi di economia e economia internazionale	ECON-01/A	3	30	30	
	Economia e tecnica degli scambi internazionali	ECON-07/A	4	40	32	8
	La trasformazione del marketing internazionale nell'era dell'IA: nuovi trend, strategie, strumenti	ECON-07/A	3	30	7	23
	<b>AREA LINGUISTICA</b>					
	Business English	ANGL-01/C	2	20	20	
	<b>Tot. Attività didattica</b>		<b>41</b>	<b>410</b>	<b>310</b>	<b>100</b>
	<b>Attività di formazione individuale</b>			<b>615</b>		
	<b>Stage/project work</b>		<b>16</b>	<b>400</b>		
	<b>Elaborazione tesi di Master</b>		<b>3</b>	<b>75</b>		
	<b>Ore complessive del Master</b>		<b>60</b>	<b>1500</b>		
	<b>AREA MARKETING &amp; MARKETING INTERNAZIONALE (230 ore - 23 cfu)</b>					
	<p><b>MARKETING (70 ore - 7 cfu)</b> articolato in un unico modulo:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Marketing</b></li> </ul> <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>					

**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 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

	<p>           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         </p> <p> <b>LA TRASFORMAZIONE DEL MARKETING INTERNAZIONALE NELL'ERA DELL'IA: NUOVI TREND, STRATEGIE, STRUMENTI (30 ore - 3 cfu)</b> articolato in un unico modulo:         </p> <ul style="list-style-type: none"> <li> <b>L'evoluzione digitale nel marketing internazionale: scenari e trend in atto</b>            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         </li> </ul> <p style="text-align: center;"><b><u>AREA LINGUISTICA (20 ore - 2 cfu)</u></b></p> <p> <b>BUSINESS ENGLISH (20 ore - 2 cfu)</b> articolato in un unico modulo:         </p> <ul style="list-style-type: none"> <li> <b>Business English</b>            Contenuti dell'insegnamento:            I termini di marketing e comunicazione            L'analisi di campagne pubblicitarie internazionali            Il business English            Esprimersi in un contesto multiculturale         </li> </ul>
<b>POSTI DISPONIBILI</b>	Max: 30 <span style="margin-left: 150px;">Min: 13</span>
<b>REQUISITI D'AMMISSIONE</b>	Laurea triennale o magistrale a ciclo unico (D.M. 270/204 – D.M. 509/199 – vecchio ordinamento) o altro titolo conseguito all'estero, riconosciuto idoneo in base alla normativa vigente.

<b>ALTRI SOGGETTI AMMISSIBILI</b>	UDITORI: soggetti privi dei requisiti di accesso richiesti (iscritti come UDITORI, senza la possibilità di svolgere tirocinio e sostenere esami)
<b>CONTRIBUTO DI ISCRIZIONE</b>	<b>€ 5.900,00</b>
<b>CONTRIBUTO UDITORI</b>	<b>€ 4.720,00</b>
<b>CONTRIBUTO ISCRIZIONE SINGOLI INSEGNAMENTI</b>	L'insegnamento " <b>La trasformazione del marketing internazionale nell'era dell'IA : nuovi trend, strategie ,strumenti</b> " è acquistabile singolarmente al prezzo di €1.000,00

## 2) SCHEDE INFORMATIVE

<b>TITOLO:</b>	<b>International Marketing Management &amp; Digital Context</b>																																	
<b>SCADENZE:</b>	Chiusura iscrizioni		13/10/2026																															
	Elenco ammessi		Entro il 20/10/2026																															
	Immatricolazioni e pagamenti		dal 20/10/2026 al 27/10/2026																															
<b>DATA DI AVVIO:</b>	30 novembre 2026																																	
<b>MESE DI CONCLUSIONE:</b>	Novembre 2027																																	
<b>CALENDARIO DELLE LEZIONI:</b>	Lunedì/Mercoledì/Venerdì dalle 17.30 alle 20.30 Sabato dalle 9 alle 13																																	
<b>SEDE/I DELLE LEZIONI:</b>	Sedi dell'Università degli studi di Bergamo																																	
<b>CRITERI DI SELEZIONE: (In caso di superamento del numero massimo di iscritti)</b>	<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"> <li> <b>Voto di laurea fino a max. 12 punti</b> del titolo richiesto per l'ammissione: laurea triennale o ciclo unico <table border="1" data-bbox="502 1433 1340 1512"> <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>&lt;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 1579 1340 1657"> <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>&lt;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> </li> <li> <b>Ulteriori titoli di studio universitari fino a max. 14 punti</b> – ulteriori titoli posseduti alla scadenza della preiscrizione: <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>altra laurea max. 5 pt:</b> triennale 2 pt - magistrale 3 pt</li> <li>- <b>corso di perfezionamento 2 pt;</b></li> <li>- <b>corso di specializzazione 2 pt</b></li> <li>- <b>master o dottorato max 5 pt:</b> master di I livello 2 pt master di II livello 3 pt dottorato: 5 pt</li> </ul> </li> </ul>						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																												

	<p><b>Esperienza professionale nel settore fino a max. 4 punti</b> da 1 a 5 anni 2 pt da 6 anni in poi 4 pt</p> <p><b>In caso di pari merito sarà preferito il candidato più giovane</b></p>
<b>DOCUMENTI INTEGRATIVI</b>	Certificazione e/o dichiarazione di conoscenza lingua inglese e livello (il modulo da utilizzare è disponibile nella pagina web del corso)