

## 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>					
	<b>MARKETING (70 ore - 7 cfu)</b> articolato in un unico modulo:					
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Marketing</b></li> </ul>					
	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 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



<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)