



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

SYLLABUS DEL CORSO

Marketing Management

2021-1-F7702M040-F7702M100M

Area di apprendimento

Obiettivi formativi

Riconoscere e sviluppare le politiche di marketing management delle imprese globali

Contenuti sintetici

Marketing Management è un modulo dell'insegnamento Global Marketing Management (12 CFU – Marketing Management 6 CFU e Communication Management 6 CFU).

Il modulo mira ad offrire agli studenti una sistematizzazione delle conoscenze necessarie allo sviluppo del marketing management in ottica competitiva nei mercati globali, con particolare riferimento alle politiche di prodotto, prezzo, comunicazione e alle decisioni relative ai canali di marketing.

Programma esteso

- Fondamenti di Marketing Management
- Il Marketing Management nei mercati globali
- Global Environmental Drivers
- Le strategie e le modalità d'ingresso nei mercati esteri
- La segmentazione e il posizionamento nelle imprese globali
- La gestione del marketing mix nelle imprese globali
- Il competitive customer value e la gestione dei canali di marketing nelle imprese globali

Prerequisiti

Metodi didattici

Lezioni Frontali

Nel periodo di emergenza Covid-19 le lezioni si svolgeranno da remoto asincrono con eventi in videoconferenza sincrona

Modalità di verifica dell'apprendimento

Esame orale

Alla fine del corso gli studenti possono sostenere un esame scritto

Nel periodo di emergenza Covid-19 gli esami orali saranno telematici utilizzando la piattaforma WebEx e nella pagina e-learning dell'insegnamento verrà riportato un link per l'accesso all'esame

Testi di riferimento

- Warren J. Keegan, Global Marketing Management, International Edition (Eighth Edition), Pearson, 2014.
- Sabina Riboldazzi, Competitive Customer Value nelle imprese della grande distribuzione, Giappichelli, Torino, 2007. Capitoli 1 e 2.

