



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

SYLLABUS DEL CORSO

Marketing Management

2223-1-F7702M073-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 Digital Communication 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 al marketing mix delle imprese che operano su diversi mercati geografici.

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

Prerequisiti

Metodi didattici

Lezioni frontali

Modalità di verifica dell'apprendimento

A fine corso è possibile sostenere un esame scritto sul materiale spiegato a lezione.

Negli appelli ufficiali l'esame sarà svolto in forma orale sui testi di riferimento indicati alla pagina del corso.

Testi di riferimento

- Warren J. Keegan, Global Marketing Management, International Edition (Eighth Edition), Pearson, 2014.

Sustainable Development Goals

IMPRESE, INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE
