



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

SYLLABUS DEL CORSO

Marketing Management

2324-1-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 ai principali aspetti di marketing strategico e operativo delle imprese che operano su diversi mercati geografici.

Programma esteso

Fondamenti di Marketing Management

Il Marketing Management nei mercati globali

Global Environmental Drivers

L'analisi dei mercati esteri

Le strategie e le modalità d'ingresso nei mercati esteri

La segmentazione e il posizionamento nelle imprese globali

Creare il programma di marketing globale (il marketing mix)

Prerequisiti

Nessuno

Metodi didattici

Lezioni frontali e case study con testimonianze aziendali

Lingua di insegnamento: Italiano

Modalità di verifica dell'apprendimento

A fine corso è possibile sostenere un esame scritto sul materiale spiegato a lezione (domande aperte). Le domande aperte includono sia quesiti che coprono tematiche più ampie e richiedono quindi una risposta più articolata, che quesiti relativamente specifici che richiedono una risposta breve.

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

Testi di riferimento

Svend Hollensen, Global Marketing, 8th edition, Pearson, 2020.

Sustainable Development Goals

IMPRESE, INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE
