



UNIVERSITÀ  
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

## SYLLABUS DEL CORSO

### Marketing Management

2425-1-F7702M073-F7702M100M

---

#### Area di apprendimento

Scienze Economico-Aziendali

#### Obiettivi formativi

Riconoscere e sviluppare le strategie e 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**

Per gli studenti Erasmus, conoscenze di base di marketing

## **Metodi didattici**

Insegnamento svolto ricorrendo a due modalità didattiche:

- 13 lezioni da 2 ore svolte in modalità erogativa;
- 8 lezioni da 2 ore svolte in modalità erogativa nella parte iniziale, che può coinvolgere gli studenti in modo interattivo nella parte finale.

Le lezioni saranno svolte principalmente in presenza; alcune lezioni potranno essere eventualmente impartite da remoto.

Lingua di insegnamento: Italiano

Semestre: 2

## **Modalità di verifica dell'apprendimento**

A fine corso sarà possibile sostenere un esame scritto sul materiale spiegato a lezione. La prova scritta consisterà in domande aperte (esposizione e comprensione di argomenti trattati a lezione). 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 è svolto in forma di colloquio orale sulla bibliografia indicata alla pagina del corso per verificare la conoscenza degli argomenti e la capacità di riflessione su punti critici del programma.

## **Testi di riferimento**

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

## **Sustainable Development Goals**

