

Corso di Laurea Magistrale – *Marketing e Management Internazionale (MeMI)*

Classe di Laurea LM-77

A. Obiettivi formativi

Il corso di laurea in Marketing e Management Internazionale è disegnato per laureati di corsi triennali interessati ad un percorso formativo con taglio manageriale e di marketing in grado di interpretare le principali sfide delle imprese nei contesti internazionali. Il corso costituisce il naturale proseguimento e completamento del corso di laurea di primo livello in Economia Aziendale (classe L-18) ma accoglie, con pari successo, laureati provenienti da altri corsi triennali nei quali i discenti abbiano maturato conoscenze di base nell'area aziendale e statistico-matematica.

Il corso di laurea magistrale in Marketing e Management Internazionale ha l'obiettivo di sviluppare le conoscenze e le competenze legate alle attività internazionali delle imprese ed alle connesse problematiche di management e di marketing, sia a livello strategico sia a livello operativo. In particolare, il corso di studio permette allo studente di acquisire: contenuti e teorie da diversi campi, che spaziano dall'economia e dal management, al marketing, alla statistica, alla finanza, al diritto e all'innovazione tecnologica; conoscenze e competenze che permettono di affrontare le sfide dell'internazionalizzazione anche in mercati significativamente diversi da quelli familiari e di ricercare per essi le più appropriate politiche di marketing. I processi di apprendimento dei discenti vengono potenziati grazie a seminari tematici tenuti da manager ed esperti di valenza internazionale, case study e project work.

Il corso è articolato in due curricula. Il corso, di durata biennale, comprende insegnamenti per un totale di 12 esami. Dopo un anno comune, in cui i discenti acquisiscono conoscenze avanzate negli ambiti del cross-cultural management, del business modelling, della gestione finanziaria delle imprese internazionali, della politica economica e dell'economia internazionale, gli studenti scelgono tra il curriculum in marketing e quello in management internazionale.

Il primo percorso è finalizzato a sviluppare conoscenze avanzate di marketing (SECS-P/08) affiancate da insegnamenti di discipline statistiche (SECS-S03) e giuridiche (IUS/04 e IUS/14).

Il secondo percorso è focalizzato, invece, sulle problematiche che devono essere affrontate dai manager nelle scelte strategiche di internazionalizzazione; gli insegnamenti caratterizzanti e affini si focalizzano su problematiche quantitative di analisi di mercato (SECS-S/03), su discipline giuridiche (IUS/04 e IUS/13) e di management (SECS-P/08).

Comuni ad entrambi i curricula sono l'abilità linguistiche, lo stage in azienda per 3 CFU (o attività sostitutive) e la tesi finale, di tipo sperimentale, svolta sotto la guida di un docente relatore e di un docente correlatore.

Al termine del percorso, i laureati avranno sviluppato:

- conoscenze e competenze relative ai business model e alle fonti del vantaggio competitivo delle diverse tipologie di imprese internazionali;
- conoscenze e competenze relative agli scenari competitivi globali e ai meccanismi concorrenziali dei diversi mercati nazionali ed internazionali;
- conoscenze e competenze relative ai comportamenti di acquisto e di consumo dei diversi target di consumatori;

- competenze utili alla definizione di un piano strategico e di marketing per lo start-up e l'internazionalizzazione delle imprese;
- capacità di dialogo e di interazione con portatori di culture differenti, in termini di credi, valori, comportamenti e pratiche manageriali;
- capacità di ottimizzare i rapporti con organizzazioni e attori di ambiti competitivi, caratterizzati da regole anche molto diverse da quelle "familiari";
- conoscenze relative ai diversi strumenti operativi per interpretare le strutture e le dinamiche di funzionamento dei mercati;
- capacità di gestire le diverse leve del marketing e comprendere le implicazioni sulla gestione delle stesse che derivano dalla globalizzazione dei mercati.

Agli studenti del CDS in Marketing e Management Internazionale è offerta la possibilità di ottenere un doppio diploma, associando alla laurea magistrale il diploma di Master in Marketing e Integrated Communication, per gli studenti del percorso Marketing, o il diploma di Master in International Business Economics and Management, per gli studenti del percorso Management, rilasciati dalla facoltà di Economia della Vilnius University, Lituania. Il titolo doppio può essere ottenuto dagli studenti che, risultando in regola con gli esami del I anno e avendo maturato un'adeguata competenza linguistica, vengano selezionati per trascorrere il I semestre del II anno nell'Università di Vilnius. Gli studenti frequenteranno in inglese corsi avanzati di marketing, nel primo caso, e di management internazionale, nel secondo, e vedranno riconosciuti gli esami superati lì nel proprio percorso di studi. A seguito del superamento di tali esami e del completamento del proprio percorso, gli studenti avranno il doppio titolo.

B. Profilo professionale del laureato e sbocchi occupazionali

I principali sbocchi occupazionali previsti dal corso di studio sono:

- a) Esperto di import/export
- b) Country manager
- c) Channel manager
- d) Consulenti strategici, focus marketing e internazionalizzazione
- e) Manager area sales & marketing nel B2B e B2C
- f) imprenditori e manager nelle aziende e istituzioni dei settori industriali e di servizi, di natura pubblica e privata

Gli esami comuni preparano il laureato a lavorare in un ambiente multiculturale, nel quale sia in grado di confrontarsi con attori portatori di valori e culture differenti. La preparazione è adatta a svolgere funzioni manageriali in imprese internazionalizzate nei diversi ambiti della gestione aziendale. Più in particolare, gli studenti del percorso marketing, acquisiranno la capacità di individuare i segmenti di mercato, gestire il posizionamento sui diversi mercati; definire le leve di marketing da utilizzare sui diversi mercati; gestire i canali di distribuzione e le politiche di brand, occuparsi della comunicazione e dell'integrazione tra online e offline.

Gli studenti del percorso management, saranno, invece, in grado di analizzare le opportunità e i rischi che derivano dall'ingresso in mercati esteri; selezionare le tecniche di copertura, pianificare il processo di ingresso e comprendere opportunità e limiti delle diverse modalità di ingresso; comprendere le problematiche connesse alla gestione delle diverse modalità di ingresso.

C. Quadro delle attività formative

Il quadro delle attività formative è riportato nel prospetto che segue, che riporta il quadro delle attività formative, con indicazione degli opzionali suggeriti per i due curricula. Gli studenti sono liberi di scegliere come esame opzionale un qualsiasi insegnamento tra quelli presenti nell'offerta formativa dei corsi di laurea di II livello dell'Ateneo, sostenibili con un numero di CFU pari a 9, presentando una richiesta all'Ufficio della Scuola interdipartimentale di Economia e Giurisprudenza.

MATERIA	CFU	SSD	ATTIVITÀ	ANNO
CROSS CULTURAL MANAGEMENT	9	SECS-P/08	CARATTERIZZANTI	1
ECONOMIA MONETARIA INTERNAZIONALE	9	SECS-P/01	CARATTERIZZANTI	1
POLITICA ECONOMICA E REGOLAZIONE DEI MERCATI	6	SECS-P/02	CARATTERIZZANTI	1
GESTIONE FINANZIARIA DELLE IMPRESE INTERNAZIONALI	6	SECS-P/11	CARATTERIZZANTI	1
BUSINESS MODEL INNOVATION	9	SECS-P/08	CARATTERIZZANTI	1
BRAND AND RETAIL MANAGEMENT (I Modulo)	6	SECS-P/08	CARATTERIZZANTI	1
BRAND AND RETAIL MANAGEMENT (II Modulo)	6	SECS-P/08	CARATTERIZZANTI	1
Percorso Management internazionale				
MODELLI PER L'ANALISI STATISTICA	9	SECS-S/03	CARATTERIZZANTE	2
DIRITTO DELLE SOCIETA'	6	IUS/04	CARATTERIZZANTE	2
DIRITTO DEL COMMERCIO INTERNAZIONALE	6	IUS/13	AFFINE	2
ESAME IN ALTERNATIVA				
1) INTERNATIONAL M&A	6	SECS-P/08	AFFINE	2
2) BUSINESS ETHICS E CSR	6	SECS-P/08	AFFINE	2
ESAME IN ALTERNATIVA				
1) INTERNATIONAL SERVICE MANAGEMENT	9	SECS-P/08	CARATTERIZZANTE	2
2) INTERNATIONAL INNOVATION NETWORK	9	SECS-P/08	CARATTERIZZANTE	2
Percorso Marketing				
METODI QUANTITATIVI PER LE ANALISI DI MERCATO	9	SECS-S/03	CARATTERIZZANTE	2
DIRITTO PER IL MARKETING	6	IUS/04	CARATTERIZZANTE	2
DIRITTO COMUNITARIO DELLA CONCORRENZA (I modulo)	6	IUS/14	AFFINE	2
ESAME IN ALTERNATIVA				

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI NAPOLI "PARTHENOPE"
DISAQ

1) <i>CUSTOMER EXPERIENCE MANAGEMENT</i>	6	SECS-P/08	AFFINE	2
2) <i>FASHION AND LUXURY MANAGEMENT</i>	6	SECS-P/08	AFFINE	2
DIGITAL MARKETING	9	SECS-P/08	CARATTERIZZANTE	2
ABILITÀ LINGUISTICA: INGLESE	6	L-LIN/12	ALTRE ATTIVITÀ	2
ABILITÀ LINGUISTICA: FRANCESE	6	L-LIN/4	ALTRE ATTIVITÀ	2
ABILITÀ LINGUISTICA: SPAGNOLO	6	L-LIN/7	ALTRE ATTIVITÀ	2
I ESAME OPZIONALE	9			1
STAGE O ATTIVITÀ SOSTITUTIVA	3			2
PREPARAZIONE PROVA FINALE	15			2
LISTA ESAMI OPZIONALI				
MERCATI GLOBALI E PRODUZIONI AGROALIMENTARI	9	AGR/01		
ICT NELLE ORGANIZZAZIONI	9	SECS-P/10		
ANALISI STRATEGICA PER LA POLITICA ECONOMICA	9	SECS-P/02		
EXPORT MANAGEMENT	9	SECS-P/08		

D. Conoscenze richieste per l'accesso

Secondo il dettato del D.M. 270/04 i requisiti necessari all'accesso alle Lauree Magistrali sono di due tipi: requisiti curriculari e adeguatezza della personale preparazione.

- Requisiti curriculari

Per l'iscrizione è necessario il possesso di una laurea di durata triennale, di un diploma universitario ovvero di altro titolo di studio conseguito all'estero, riconosciuto idoneo, qualunque sia la sede e la classe di provenienza, che preveda l'acquisizione di un numero minimo di crediti (78) i che fanno riferimento a quattro ambiti disciplinari: aziendale, economico, quantitativo, giuridico.

I requisiti minimi per l'accesso sono:

- 33 CFU area aziendale
- 15 CFU area economica
- 18 CFU area giuridica
- 12 CFU area statistico-matematica
- Conoscenza di almeno 1 lingua straniera

E' inoltre necessario possedere conoscenze e competenze almeno di livello B1 in una delle seguenti lingue: Inglese, Francese o Spagnolo

Se nel corso di laurea di primo livello lo studente non ha superato un esame di almeno 6 CFU nella lingua straniera o non è in possesso di una certificazione linguistica B1 rilasciata da enti accreditati,

dovrà integrare i crediti attraverso la frequenza del laboratorio linguistico di ateneo (per un totale di 30 ore).

In accordo alla normativa, eventuali integrazioni curriculari in termini di CFU dovranno essere acquisite, con esami singoli nelle aree deficitarie, prima della verifica della adeguatezza della preparazione individuale.

- Verifica dei requisiti curriculari e dell'adeguatezza della preparazione personale

I requisiti curriculari e l'adeguatezza della preparazione personale sono verificati da una Commissione (nominata dalla Scuola di Economia e Giurisprudenza) tramite l'analisi della documentazione della carriera universitaria precedente dello studente. La Commissione, dove ne rilevi la necessità, può convocare lo studente per un colloquio, da espletarsi dopo il termine di scadenza delle immatricolazioni, finalizzato ad attuare una apposita azione di tutorato che guidi lo studente, durante il primo anno di corso, affinché possa proficuamente inserirsi nel percorso formativo della laurea Magistrale.

Le procedure di immatricolazione sono rese note nel bando annuale che è pubblicato on line dal 1 agosto su <https://uniparthenope.esse3.cineca.it>, sul sito del DISAQ e sul sito www.management.uniparthenope.it.

E. Caratteristiche della prova finale

La prova finale, cui sono riservati 15 Cfu, consiste nella preparazione di una Tesi, risultato di un lavoro di approfondimento di una tematica afferente ad una disciplina del percorso scelta dallo studente. Nella preparazione della prova finale il laureando è seguito da un Relatore, il docente della disciplina scelta e da un Correlatore, docente di una disciplina affine.

La tesi deve essere un lavoro dal contenuto originale ed è volta ad accertare che il laureando abbia conseguito le necessarie capacità di ricerca, di analisi ed elaborazione critica.

Il lavoro è poi presentato davanti ad una Commissione, per consentire di valutare anche le capacità del candidato di discutere ed argomentare i risultati del lavoro svolto.

La Commissione è composta, oltre che dal Relatore, da docenti del Dipartimento DISAQ o di altri Dipartimenti dell'area economica dell'Ateneo, il numero minimo dei componenti è 7. La Commissione è predisposta dall'Ufficio della Scuola interdipartimentale di Economia e Giurisprudenza e nominata dal Direttore del DISAQ.

Il voto base di laurea, espresso in centodecimi, si ottiene dalla media ponderata dei voti riportati negli esami di profitto (con esclusione quindi di idoneità conseguite alle abilità, esoneri, riconoscimenti, ecc.), convertita in centodecimi più un punteggio di premialità assegnato sulla base della carriera.

Le informazioni su: modalità di richiesta della tesi; termini e modalità di prenotazione per la seduta di laurea e la consegna dell'elaborato/tesi; il calcolo del voto di base di laurea e valutazione della prova finale sono nel Regolamento consultabile al seguente link http://www.disaq.uniparthenope.it/didattica/tesi_PO_NO.asp