



*Prof.ssa Elena Cedrola*

[elena.cedrola@unimc.it](mailto:elena.cedrola@unimc.it)

<http://docenti.unimc.it/docenti/elena-cedrola>

# **CORSO DI FONDAMENTI DI MARKETING INTERNAZIONALE A.A. 2022-2023**

# **IL MARKETING E' QUELLA FUNZIONE D'IMPRESA CHE:**

- **definisce i bisogni e i desideri insoddisfatti**
- **ne definisce l'ampiezza**
- **determina quali mercati obiettivo l'impresa può meglio servire**
- **definisce i prodotti e servizi**
- **definisce i programmi di marketing rivolti a questi mercati (nazionali e internazionali)**
- **sollecita tutti i componenti d'impresa a pensare in termini di “servizio al cliente”**

# IL RUOLO DEL MARKETING NELL'IMPRESA E NELLA SOCIETA'

Il marketing è talmente importante che non  
può essere considerato come una  
funzione separata ....

Esso è l'intera impresa considerata dal  
punto di vista del suo risultato finale, cioè  
**il soddisfacimento della clientela**

Peter Drucker

# Obiettivi formativi / Risultati di apprendimento attesi

Il corso si propone di analizzare le attività di marketing svolte da imprese di piccole, medie e grandi dimensioni, con particolare attenzione all'ambito internazionale. Esse verranno esaminate sia dal punto di vista strategico che operativo.

Al termine del corso gli studenti sapranno svolgere l'analisi dell'ambiente interno ed esterno all'azienda (sia nazionale che internazionale), l'analisi della concorrenza (nazionale e internazionale), nonché saranno in grado di stilare un piano di marketing internazionale in tutte le sue parti. Sapranno inoltre valutare e definire le migliori alternative di marketing mix da applicare nei vari paesi/mercato, distinguendo tra standardizzazione e adattamento.

A corollario, sapranno operare comparazioni tra paesi e culture, individuando le principali differenze negoziali e culturali con impatto sulle attività d'impresa.

# Programma del corso da 12 cfu<sup>(1)</sup>

## Modulo A (primo semestre – 60 ore)

- Il marketing e il suo ruolo nell'impresa.
- I concetti fondamentali del marketing.
- Gli orientamenti dell'impresa nei confronti del mercato: orientamento alla produzione, al prodotto, alla vendita, al marketing, al marketing sociale.
- L'analisi del micro e macro ambiente aziendale. L'analisi dei mercati internazionali finalizzati alla definizione della strategia di marketing internazionale.
- Il comportamento di acquisto dei consumatori e degli acquirenti industriali. Differenze culturali e negoziali.
- Il marketing esperienziale: modelli e interpretazioni a livello di settori e paesi/mercato.
- L'analisi della concorrenza: step operativi per il suo svolgimento. La definizione delle strategie competitive internazionali.

# Programma del corso da 12 cfu<sup>(2)</sup>

- La segmentazione del mercato internazionale, la scelta dei target ed il posizionamento.
- La stima della domanda.
- Il sistema informativo aziendale e le ricerche di mercato.
- Il Customer Relationship Management: come strutturarlo all'interno di imprese con respiro internazionale.
- Il marketing mix internazionale tra strategie di standardizzazione e di adattamento:
  - la strategia di prodotto per i mercati nazionali ed esteri (prodotti, linee di prodotto, marca, confezione);
  - la politica di distribuzione sui mercati nazionali ed esteri (le funzioni e le tipologie di canale, la valutazione delle alternative di canale, i sistemi verticali e orizzontali di marketing, le innovazioni che si stanno sviluppando a livello internazionale);
  - il pricing per i mercati nazionali e internazionali (metodologie ed elementi che concorrono alla determinazione dei prezzi);

# Programma del corso da 12 cfu<sup>(3)</sup>

- le decisioni relative alla comunicazione nazionale e internazionale (il processo di comunicazione, lo sviluppo di una comunicazione efficace e il mix promozionale, le sfide della comunicazione tra culture differenti).

# Orario delle lezioni primo semestre

Mer 28 set 2022 11:00 - 13:00 Aula verde - Palazzo Pantaleoni  
Mer 28 set 2022 16:00 - 18:00 Aula verde - Palazzo Pantaleoni  
Gio 29 set 2022 11:00 - 13:00 Aula verde - Palazzo Pantaleoni  
Gio 29 set 2022 14:00 - 16:00 Aula verde - Palazzo Pantaleoni  
Ven 30 set 2022 09:00 - 11:00 Aula verde - Palazzo Pantaleoni  
Ven 30 set 2022 14:00 - 16:00 Aula verde - Palazzo Pantaleoni  
Mer 12 ott 2022 11:00 - 13:00 Aula verde - Palazzo Pantaleoni  
Mer 12 ott 2022 16:00 - 18:00 Aula gialla - Palazzo Pantaleoni  
Gio 13 ott 2022 11:00 - 13:00 Aula verde - Palazzo Pantaleoni  
Gio 13 ott 2022 14:00 - 16:00 Aula verde - Palazzo Pantaleoni  
Ven 14 ott 2022 09:00 - 11:00 Aula verde - Palazzo Pantaleoni  
Ven 14 ott 2022 14:00 - 16:00 Aula verde - Palazzo Pantaleoni  
Mer 26 ott 2022 11:00 - 13:00 Aula verde - Palazzo Pantaleoni  
Mer 26 ott 2022 16:00 - 18:00 Aula verde - Palazzo Pantaleoni  
Gio 27 ott 2022 11:00 - 13:00 Aula verde - Palazzo Pantaleoni  
Gio 27 ott 2022 14:00 - 16:00 Aula verde - Palazzo Pantaleoni  
Ven 28 ott 2022 09:00 - 11:00 Aula verde - Palazzo Pantaleoni  
Ven 28 ott 2022 14:00 - 16:00 Aula verde - Palazzo Pantaleoni

Mer 9 nov 2022 11:00 - 13:00 Aula verde - Palazzo Pantaleoni  
Mer 9 nov 2022 16:00 - 18:00 Aula verde - Palazzo Pantaleoni  
Gio 10 nov 2022 11:00 - 13:00 Aula verde - Palazzo Pantaleoni  
Gio 10 nov 2022 14:00 - 16:00 Aula verde - Palazzo Pantaleoni  
Ven 11 nov 2022 09:00 - 11:00 Aula verde - Palazzo Pantaleoni  
Ven 11 nov 2022 14:00 - 16:00 Aula verde - Palazzo Pantaleoni  
Mer 23 nov 2022 11:00 - 13:00 Aula verde - Palazzo Pantaleoni  
Gio 24 nov 2022 11:00 - 13:00 Aula verde - Palazzo Pantaleoni  
Gio 24 nov 2022 14:00 - 16:00 Aula verde - Palazzo Pantaleoni  
Ven 25 nov 2022 09:00 - 11:00 Aula verde - Palazzo Pantaleoni  
Ven 25 nov 2022 14:00 - 16:00 Aula verde - Palazzo Pantaleoni  
Mer 7 dic 2022 11:00 - 13:00 Aula verde - Palazzo Pantaleoni  
Mer 7 dic 2022 16:00 - 18:00 Aula verde - Palazzo Pantaleoni

# **Ciclo di seminari: IDEE E STRUMENTI PER IL MANAGEMENT**

## **Risk management e messa in sicurezza dei crediti verso l'estero**

**11 novembre 9 -13**

**-> Antonio Di Meo (Di Meo International Consulting)**

## **La gestione della Supply chain internazionale/globale per una media impresa italiana: il caso Industrie Chimiche Forestali**

**23 novembre 11 -13**

**-> Guido Cami (Industrie Chimiche Forestali)**

---

# Ciclo di seminari: IDEE E STRUMENTI PER IL MANAGEMENT

## The Metaverse Economy

6 ottobre 2022 Ore 16:00 – 18:00 Aula Verde Polo Pantaleoni

MetaVerso: moda o futuro del web? Eliano Omar Lodesani – Fondatore di ForMules e Presidente di Intesa Sanpaolo REOCO s.p.a.

13 ottobre 2022 Ore 16:00 – 18:00 Aula Rossa 2

Cosa è il MetaVerso Eliano Omar Lodesani – Fondatore di ForMules e Presidente di Intesa Sanpaolo REOCO s.p.a.

20 ottobre 2022 Ore 16:00 – 18:00 Aula Verde

Perché il MetaVerso Eliano Omar Lodesani – Fondatore di ForMules e Presidente di Intesa Sanpaolo REOCO s.p.a. - Leonardo Vigolo – MBA Fellow, MSc Management Engineering & Computer Science - Guido Guerzoni – Università Bocconi, Dipartimento di Scienze sociali e politiche

27 ottobre 2022 Ore 16:00 – 18:00 Aula Verde

MetaVerso e cambiamenti economici (use cases) Eliano Omar Lodesani – Fondatore di ForMules e Presidente di Intesa Sanpaolo REOCO s.p.a. - Leonardo Vigolo – MBA Fellow, MSc Management Engineering & Computer Science Guido Guerzoni – Università Bocconi, Dipartimento di Scienze sociali e politiche

4 novembre 2022 Ore 16:00 – 18:00 Aula Verde

Come si costruisce un'esperienza nel MetaVerso Eliano Omar Lodesani – Fondatore di ForMules e Presidente di Intesa Sanpaolo REOCO s.p.a. - Polo Pantaleoni Leonardo Vigolo – MBA Fellow, MSc Management Engineering & Computer Science - Guido Guerzoni – Università Bocconi, Dipartimento di Scienze sociali e politiche

# BuGam

- > 2 punti esame
- > riduzione carico didattico per l'esame
- > mese di dicembre 2022

# Testi di riferimento

**Jim Blythe, Elena Cedrola, Jane Martin *Fondamenti di marketing* Pearson Prentice Hall 2017**

**Elena Cedrola *Il marketing internazionale per le piccole e medie imprese* McGraw-Hill 2005**

<http://www.ilovebooks.it/marketing-internazionale-piccole-medie-imprese-p-3768.html> acquistabile on line

Lucidi e materiale integrativo pubblicati in internet in portale docenti

Insegnamento di Fondamenti di Marketing Internazionale 2022-2023 mod. A

**(anche i casi aziendali trattati a lezione sono materia d'esame per tutti, frequentanti e non frequentanti)**

# Altre informazioni

- Prova d'esame: scritta + orale facoltativo (studente o docente)
- Orario di ricevimento: giovedì settimane dispari alle ore 16,15 in vicolo Monachesi, 2
- Tesi

# Lavori per l'esame (solo per frequentanti)

- Lavori ed esercitazioni in aula (individuali)
  - Progetto BuGam
- > inviare a [elena.cedrola@unimc.it](mailto:elena.cedrola@unimc.it)