



SCHEMA PER LA COMPILAZIONE DEI PROGRAMMI DI INSEGNAMENTO IN LINGUA ITALIANA E IN LINGUA INGLESE

A.A. 2012/2013

INSEGNAMENTO International business and communication (1st module)

CFU 6 (Ore di lezione **44**)

Docente: Alberto Cusi

OBIETTIVI

Sviluppare la conoscenza delle strategie di internazionalizzazione delle imprese; illustrare la relazione esistente tra cultura e marketing; fornire gli strumenti per analizzare le diverse culture presenti nel mondo; mostrare come l'approccio di marketing si deve adattare alla specificità delle culture in cui opera.

EVENTUALI PREREQUISITI

Conoscenza della lingua inglese (livello medio-alto)
Conoscenza della funzione marketing e dei principi di base della contabilità aziendale.

PROGRAMMA

The role of Marketing in present markets
Elements of the Marketing Offer
Segmentation Variables and Techniques
Positioning and Differentiation
Global Marketing and Communication
Global Consumer and Values
Channel management
Customer centric technologies
Customer satisfaction
Global Advertising
Global Strategies

MODALITÀ DI SVOLGIMENTO DEL CORSO E DELL'ESAME

Giornata standard: due ore di letture alla mattina, lavoro di gruppo su casi aziendali, due ore di presentazione e discussione dei cast al pomeriggio.

Prova scritta finale e realizzazione di due video (spot pubblicitari)

TESTI DI RIFERIMENTO

Global Marketing and Advertising Understanding Cultural Paradoxes *Third Edition*
Marieke de Mooij *SAGE Publications, Inc July 2009*
Paperback 344 pages ISBN: 9781412970419
Casi aziendali forniti dal docente.