

# MANAGEMENT AZIENDALE (LM01)

(Lecce - Università degli Studi)

## Insegnamento MARKETING INTERNAZIONALE

GenCod A001003

Docente titolare ANTONIO IAZZI

**Insegnamento** MARKETING INTERNAZIONALE

**Insegnamento in inglese** INTERNATIONAL MARKETING

**Settore disciplinare** SECS-P/08

**Corso di studi di riferimento** MANAGEMENT AZIENDALE

**Tipo corso di studi** Laurea Magistrale

**Crediti** 8.0

**Ripartizione oraria** Ore Attività frontale: 64.0

**Per immatricolati nel** 2020/2021

**Erogato nel** 2021/2022

**Anno di corso** 2

**Lingua** ITALIANO

**Percorso** PUBLIC MANAGEMENT

**Sede** Lecce

**Periodo** Primo Semestre

**Tipo esame** Orale

**Valutazione** Voto Finale

**Orario dell'insegnamento**

<https://easyroom.unisalento.it/Orario>

### BREVE DESCRIZIONE DEL CORSO

Il corso affronterà tematiche finalizzate a fornire le conoscenze utili allo studente per comprendere gli aspetti principali del marketing rivolto ai mercati internazionali, dalle attività di conoscenza e screening degli stessi mercati alle scelte inerenti le modalità di entrate e le strategie operative. Particolare attenzione sarà prestata alle nuove strumentazioni fornite dal digitale, sia per la raccolta di informazioni che per l'implementazione delle strategie adottate.

### PREREQUISITI

Aver maturato consapevolezza delle tematiche attinenti le relazioni commerciali delle imprese, con particolare attenzione alla conoscenza del consumatore ed ai piani ed i processi di marketing.

### OBIETTIVI FORMATIVI

Obiettivi formativi: Lo studente dovrà essere in grado di conoscere il ruolo del Marketing nell'ambito delle strategie di internazionalizzazione delle imprese, i principali modelli di screening dei mercati, nonché le modalità di ingresso e le strategie di marketing.

Risultati attesi secondo i descrittori di Dublino: Conoscenza e capacità di comprensione (knowledge and understanding): Conoscenza e comprensione dei processi strategici e decisionali delle imprese. Capacità di applicare conoscenza e comprensione (applying knowledge and understanding): Capacità di identificare e proporre modelli di analisi dei mercati, individuare le modalità di ingresso negli stessi e le strategie di marketing che la letteratura manageriale presenta.

Autonomia di giudizio (making judgements) Capacità di interpretare e valutare le potenzialità di internazionalizzazione delle imprese anche alla luce dei processi di globalizzazione dei mercati e dell'evoluzione tecnologica in atto.

Abilità comunicative (communication skills) Capacità di presentare i risultati raggiunti dalle imprese attraverso i modelli della letteratura manageriale e dell'evoluzione tecnologica.

Capacità di apprendimento (learning skills) Capacità di apprendimento delle dinamiche manifestate dalle imprese sui mercati internazionali e delle strategie competitive adottate.

### METODI DIDATTICI

Lezioni frontali. Utilizzo di casi aziendali per approfondire e utilizzare concetti e strumenti acquisiti. Project work e seminari con Imprenditori e Manager.

---

## MODALITA' D'ESAME

Prova orale, finalizzata alla verifica della comprensione, della padronanza e della capacità di trattazione dei temi affrontati.

"Lo studente, disabile e/o con DSA, che intende usufruire di un intervento individualizzato per lo svolgimento della prova d'esame, deve contattare l'ufficio Integrazione Disabili dell'Università del Salento all'indirizzo [paola.martino@unisalento.it](mailto:paola.martino@unisalento.it)".

---

## PROGRAMMA ESTESO

Lo scenario dell'economia internazionale  
Organizzazioni internazionali e iniziative di liberalizzazione degli scambi  
I processi di internazionalizzazione nella letteratura internazionale  
Imprese e territori in competizione  
L'attrattività dei paesi  
Analisi del macro ambiente e selezione dei mercati esteri  
Le strategie di entrata sui mercati esteri  
Accordi ed alleanze internazionali  
Le strategie di segmentazione  
Il posizionamento competitivo  
Le strategie di marketing  
Le strategie di digital e social marketing  
La contrattualistica e i termini di consegna delle merci  
Pagamenti, rischio di credito e assicurazione dei crediti

---

## TESTI DI RIFERIMENTO

Valdani E., Bertoli G., Marketing Internazionale, Egea, 2018