

undicesima
edizione



unimc

UNIVERSITÀ DI MACERATA

Dipartimento di Economia e Diritto

Master Universitario in Marketing e Direzione Aziendale

**BLENDED
LEARNING!**

Durata del Master

Marzo 2021 - Marzo 2022

Sede del Master

Università di Macerata
Dipartimento di Economia e Diritto

Tematiche

La particolarità del Master è quella di integrare le conoscenze di marketing strategico ed operativo con i processi e gli strumenti di gestione e controllo direzionale.

Destinatari

Il Master è rivolto a persone già inserite nelle realtà aziendali (private e pubbliche) ed anche a laureati che, parallelamente alle lezioni, potranno svolgere uno stage in azienda.

Quota di iscrizione

- Intero corso: € 3.000 da corrispondere in due rate.
- Iscrizione modulo di base singolo: € 150
- Iscrizione modulo di approfondimento singolo: € 300

Riepilogo scadenze:

- Domanda: entro il 7 Gennaio 2021
- Conferma: entro il 15 Febbraio 2021
- Inizio attività didattiche: entro Marzo 2021
- Conseguimento titolo: entro Marzo 2022

Agevolazioni

In relazione al numero degli iscritti potranno essere previste esenzioni dal pagamento della seconda rata della tassa di iscrizione, secondo requisiti di reddito e merito, per coloro che sono classificati nei primi posti della graduatoria di ammissione al corso.

Titoli di studio richiesti

Lauree quadriennali e triennali in qualsiasi disciplina.
I non laureati possono partecipare come uditori se hanno esperienza lavorativa attinente al tema del Master; ad essi verrà rilasciato un attestato di partecipazione.

Modalità di iscrizione e ammissione

Le domande per l'ammissione al Master dovranno pervenire alla Segreteria del Master entro il 7 Gennaio 2021 utilizzando il modulo disponibile sia in forma cartacea che on line.
I candidati verranno sottoposti ad una prima selezione basata sul curriculum vitae.
Successivamente, i candidati selezionati dovranno sostenere colloqui individuali con i quali saranno valutate le motivazioni, le attitudini e le conoscenze della lingua inglese.

Moduli di base

- Introduzione al marketing e alla direzione aziendale
- Gli aspetti organizzativi e il marketing interno
- Analisi dell'ambiente di marketing
- Introduzione al controllo di gestione
- Ricerche di mercato e stima della domanda
- Comportamenti d'acquisto
- Il controllo di gestione nell'area commerciale-marketing
- La gestione del prodotto in un'ottica di marketing
- Il controllo dei ricavi e dei margini di contribuzione
- Il Customer Relationship Management (CRM) e la customer satisfaction
- Scelta e gestione dei canali distributivi
- Il controllo dei costi e dei risultati prodotto-mercato
- Il pricing
- La gestione della comunicazione aziendale
- Le previsioni e le simulazioni economico-finanziarie
- Il web marketing
- Marketing industriale e l'innovazione

Moduli di approfondimento

- Social media marketing
- Analisi statistica dei dati
- Piano di Marketing
- Selling, gestione della forza vendita e dei rapporti con il pubblico
- Store Management: profili strategici ed operativi

Direttore

Elena Cedrola

Consiglio di direzione

Antonella Paolini
Francesca Bartolacci
Patrizia Silvestrelli
Michela Soverchia
Giacomo Gistri
Maria Zifaro
Maurizio Giuli
Giovanni Matarazzo
Antonio Votino
Roberto del Gobbo

Informazioni e iscrizioni

Segreteria del Master
Silvia Paccapelo
Via Don Minzoni, 22/A
62100 Macerata
tel. 0733 - 258.3206
silvia.paccapelo@unimc.it
<http://economiaediritto.unimc.it/it/didattica/post-lauream/master>

