

MASTER

UNICUSANO

MARKETING MANAGEMENT

I LIVELLO



L'Università degli Studi Niccolò Cusano attiva il Master di I livello in “Marketing Management” di durata pari a 1500 h.

Agli iscritti che avranno superato le eventuali prove di verifica intermedie e la prova finale verrà rilasciato il Diploma di Master di I livello in “Marketing Management”.



Obiettivi e modalità

L'Università degli Studi Niccolò Cusano, proseguendo nella sua azione di offrire percorsi di studio professionalizzanti funzionali allo svolgimento di effettive attività di lavoro, istituisce il **Master di I livello in “Marketing Management”**.

Il Master in Marketing Management si rivolge principalmente alle seguenti categorie:

- laureati e neolaureati in economia, management, scienze politiche, giurisprudenza, informatica, ingegneria, scienze matematiche, fisiche e naturali, scienze della comunicazione e discipline umanistiche;
- operatori del settore, in possesso di laurea, che intendono acquisire e approfondire competenze specifiche nelle aree del marketing, della comunicazione e delle vendite.

Il percorso formativo del Master, proposto dall'Università Niccolò Cusano, ha come obiettivo fondamentale quello di **formare professionalità, altamente specializzate** ed in possesso delle conoscenze sia pratiche che teoriche necessarie ad affrontare con competenza e dinamicità tutti gli aspetti legati alle problematiche gestionali e di marketing complesse, nonché di **operare in modo efficace nella progettazione e attuazione dei processi di marketing**.



Destinatari e ammissione

Per l'iscrizione al Master è richiesto il possesso di almeno uno dei seguenti titoli:

- laurea conseguita secondo gli ordinamenti didattici precedenti il decreto ministeriale 3 novembre 1999 n. 509;
- lauree ai sensi del D.M. 509/99 e ai sensi del D.M. 270/2004;
- lauree specialistiche ai sensi del D.M. 509/99 e lauree magistrali ai sensi del D.M.270/2004;

I candidati in possesso di titolo di studio straniero non preventivamente dichiarato equipollente da parte di una autorità accademica italiana, potranno chiedere il riconoscimento del titolo ai soli limitati fini dell'iscrizione al Master. Il titolo di studio straniero dovrà essere corredato da traduzione ufficiale in lingua italiana, legalizzazione e dichiarazione di valore a cura delle Rappresentanze diplomatiche italiane nel Paese in cui il titolo è stato conseguito.

I candidati sono ammessi con riserva previo accertamento dei requisiti previsti dal bando.

I titoli di ammissione devono essere posseduti alla data di scadenza del termine utile per la presentazione per le domande di ammissione.

L'iscrizione al Master è compatibile con altre iscrizioni nel rispetto della nuova normativa in materia di iscrizione contemporanea a due corsi di istruzione superiore, così delineata ai sensi della Legge n. 33 del 12 aprile 2022.



Durata, organizzazione didattica, verifiche e prova finale

Il Master ha durata annuale pari a 1500 ore di impegno complessivo per il corsista, corrispondenti a 60 cfu.

Il Master si svolgerà in modalità e-learning con piattaforma accessibile 24 h\24h.

Il Master è articolato in:

- video lezioni (fruibili 24h/24h)
- dispense scaricabili dalla piattaforma e-learning
- eventuali seminari di aggiornamento e approfondimento tematico.

Tutti coloro che risulteranno regolarmente iscritti al Master dovranno sostenere un esame finale che accerti il conseguimento degli obiettivi proposti presso la sede dell'Università sita in Roma - Via Don Carlo Gnocchi 3.



Ordinamento didattico

TOTALE 60 CFU

6 CFU
SECS-P/09

Fondamenti di management e finanza aziendale

- **FONDAMENTI DELLA FINANZA**
 - Funzione e obiettivi della finanza
 - Elementi per la valutazione finanziaria
 - **INVESTIMENTI E RENDIMENTI**
 - Principi delle decisioni di investimento
 - L'analisi del rischio nel "capital budgeting"
 - **POLITICA DI FINANZIAMENTO E DEI DIVIDENDI**
 - Teoria della struttura finanziaria
 - Le decisioni relative alla struttura finanziaria
 - Distribuzione degli utili e valutazione dell'impresa
 - **GESTIONE DELLA LIQUIDITA' E DELLE ATTIVITA' CORRENTI**
 - La gestione del capitale circolante
 - La gestione della liquidità e dei titoli
 - La gestione del credito commerciale e delle scorte
 - **FINANZIAMENTI A BREVE E LUNGO TERMINE**
 - Finanziamenti a breve termine
 - Indebitamento a lungo termine
 - Aumento di capitale a pagamento
 - **STRUMENTI DI ANALISI FINANZIARIA**
 - Analisi tramite quozienti finanziari, economici e patrimoniali
 - Analisi dei flussi di fondi e previsioni finanziarie
-



6 CFU
SECS-P/07

Business administration

- **IL FUNZIONAMENTO E LO SCAMBIO**
 - Le interdipendenze
 - **L'IMPORTANZA DELL'APPROVVIGIONAMENTO PER IL CLIENTE BUSINESS**
 - Effetti delle relazioni con i fornitori sul business del cliente
 - La gestione delle relazioni con i fornitori
 - La varietà dei comportamenti gestionali
 - **I COMPORTAMENTI DECISIONALI NELL'APPROVVIGIONAMENTO**
 - Situazioni d'acquisto
 - **CAPIRE IL CLIENTE E IL SUO BUSINESS**
 - **LA FUNZIONE DI MARKETING**
 - Gestire il marketing nel mercato business-to-business
 - Tipologie organizzative di marketing
 - Il rapporto tra marketing e altre funzioni aziendali
 - La soluzione per il cliente
 - La sostanza articolata e variabile del prodotto servizio
 - Implicazioni per la gestione e modelli organizzativi per l'innovazione
 - **IL RUOLO DEL PREZZO NEL MARKETING BUSINESS-TO-BUSINESS**
 - Prezzo e valore per il cliente
 - Il prezzo nella relazione, analisi dei costi e politiche di prezzo
-

6 CFU
SECS-P/08

Marketing e Management

- Cosa si intende per marketing
 - Cosa si intende per management
 - I requisiti per un buon piano marketing
 - La leadership del manager
 - Le skills del manager
 - Da manager a leader
-



6 CFU
SECS-P/08

Innovazione e Product Management

- Il successo organizzativo attraverso le innovazioni di mercato
 - Creatività in azienda
 - Il prodotto. alcuni elementi fondamentali
 - Introduzione di nuovi prodotti sul mercato
 - Innovazione attraverso la co-creazione
 - Esempi di innovazione di valore:
il caso Morellato; il caso Nespresso; il caso Lego;
-

6 CFU
SECS-P/08

Corporate communication

- CORPORATE COMMUNICATION-CUSTOMER MANAGEMENT
 - Customer Management
 - Che cos'è il Customer Relationship Management
 - Il CPM (Customer Portfolio Management). Il Portafoglio Clienti
 - CORPORATE COMMUNICATION- COMUNICAZIONE TERRITORIALE
 - Il concetto di marketing e di comunicazione territoriale.
La nascita, gli approcci, gli obiettivi
 - L'evento
 - Il piano di Comunicazione di impresa
-

12 CFU
SECS-P/08

Consumer behaviour

- Definizione, evoluzione e bisogni nel comportamento d'acquisto
- Il comportamento "consumer"
- La Customer Experience e il Retail Marketing
- Strategie di SEARCH marketing
- Strategie di fidelizzazione
- Tecniche di conversione nel marketing a risposta diretta

Digital Marketing

- Vivere nella società digitale
- Come si crea valore con le I.T.C.
- Strategie di digital marketing
- Consumatori liquidi e mercati agili



- E-mail marketing e landing page
 - Facebook per gli obiettivi aziendali
-

6 CFU
SECS-P/08

Social Media Marketing

- Il Social Media Marketing
 - Il social media manager
 - Il marketing digitale. Concetti chiave e strategia
 - I concetti di SMART e PERSONAS
 - Analisi dello scenario: le tendenze e i competitor diretti e indiretti
 - La Tavola Periodica degli Elementi di Content Marketing
 - Software utili per la cura e per la gestione dei contenuti
 - Il concetto di Storytelling, Transmediale e ROI
 - L'analisi del sentiment e la social network analysis
 - La SOCIAL ANALYTICS. Facebook insight, YouTube Analytics, Twitter Analytics, Instagram Analytics
 - La social TV
 - Il branded content
-

6 CFU
SECS-P/08

Trade e Retail Marketing

- Differenze tra Trade Marketing e Retail Marketing
 - Il comportamento d'acquisto
 - Il visual Merchandising
 - La customer experience
 - Misurazioni efficaci (Nielsen)
 - Le nuove frontiere digitali e le tecnologie
-

6 CFU **Esame finale - Project work**



Consiglio didattico e scientifico

- Carnevale Antonio
- Mingione Michela
- Marcone Lucia Denise
- Di Giorgio Daniele
- Greco Francesco



Costi e agevolazioni

Il costo annuo del Master è di € 1.700,00 (millesettecento/00).
Il pagamento verrà corrisposto in 2 rate da versare.

È prevista una quota d'iscrizione ridotta per determinate categorie.
Si invita a consultare il [bando](#) del Master.



Contatti

Ufficio consulenza orientamento didattico Master e Corsi di Perfezionamento (pre-iscrizione):

Telefono: 06 45678363

dal Lunedì al Venerdì dalle 9:00 alle 18:00

Mail: infomaster@unicusano.it

Ufficio Assistenza Didattica (post-iscrizione):

Telefono: 06 89320000

dal Lunedì al Venerdì dalle 9:00 alle 22:00

Mail: master@unicusano.it

unicusano.it/master-universitari-online



UNIVERSITÀ
CUSANO

