



unimc
UNIVERSITÀ DI MACERATA

l'umanesimo che innova



HR EXCELLENCE IN RESEARCH

DIPARTIMENTO DI
ECONOMIA E DIRITTO



MASTER DI I LIVELLO IN

MDA

MARKETING
E DIREZIONE
AZIENDALE

A.A. 2022/2023

XII EDIZIONE

MODALITÀ BLENDED

“

LE TEMATICHE

La particolarità del master in Marketing e direzione aziendale è quella di integrare le conoscenze di marketing strategico ed operativo con i processi e gli strumenti di gestione e controllo direzionale.

I DESTINATARI

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

RIEPILOGO SCADENZE

Domanda di iscrizione

Entro il 9 gennaio 2023

Conferma iscrizione

Entro il 30 gennaio 2023

Inizio attività didattiche
Febbraio 2023

Conseguimento titolo

Entro febbraio 2024



QUOTA DI ISCRIZIONE

Iscrizione all'intero corso

3.000,00 €

da corrispondere in due rate

Iscrizione al singolo modulo

di base

120,00 €

Iscrizione al singolo modulo
di approfondimento

250,00 €

AGEVOLAZIONI

In relazione al numero degli iscritti potranno essere previste esenzioni del 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.

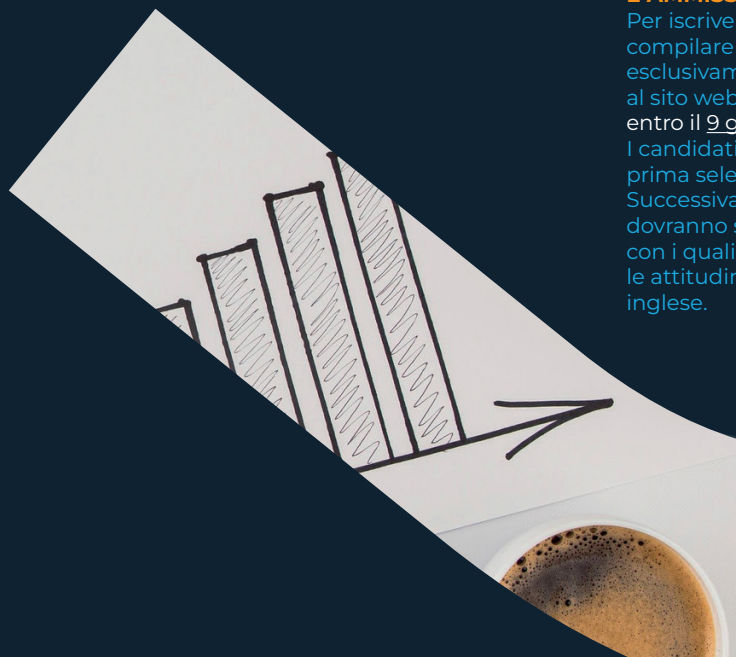
TITOLI DI STUDIO RICHIESTI

Possono accedere al Master coloro che sono in possesso di una laurea triennale, di una laurea specialistica/magistrale, di un diploma di laurea del vecchio ordinamento (antecedente all'entrata in vigore del D.M. 509/1999) in tutti i campi disciplinari o di altri titoli riconosciuti equivalenti.

MODALITÀ DI ISCRIZIONE E AMMISSIONE

Per iscriversi al Master è necessario compilare la domanda di iscrizione esclusivamente online, collegandosi al sito web **www.studenti.unimc.it** entro il **9 gennaio 2023**.

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 la conoscenza della lingua inglese.



MODULI DI BASE

1. Introduzione al marketing e alla direzione aziendale
2. Gli aspetti organizzativi e il marketing interno
3. I processi di Marketing Strategico
ANALISI DELL'AMBIENTE DI MARKETING,
SEGMENTAZIONE TARGETING
E POSIZIONAMENTO
4. Controllo di gestione e analisi dei costi:
elementi introduttivi
5. Ricerche di mercato
e stima della domanda
6. Comportamenti d'acquisto, consumo
e customer journey
7. Il controllo di gestione nell'area
commerciale-marketing
8. La gestione delle politiche di prodotto
9. Il controllo dei ricavi e dei margini di
contribuzione
10. Il Customer Relationship Management
(CRM) e la customer satisfaction
11. Scelta e gestione dei canali distributivi in
ottica omnichannel
12. Il controllo dei costi e dei risultati
prodotto-mercato
13. La gestione delle politiche di pricing
14. La gestione della comunicazione
aziendale
15. Le previsioni e le simulazioni
economico-finanziarie
16. Il digital marketing
17. Marketing industriale
e innovazione

MODULI DI APPROFONDIMENTO

- A. SOCIAL MEDIA MARKETING
- B. ANALISI STATISTICA DEI DATI
- C. PIANO DI MARKETING
- D. POLITICHE DI SELLING, GESTIONE DELLA
FORZA VENDITA E DEI RAPPORTI CON IL
PUBBLICO
- E. BLOCKCHAIN, CRIPTOVALUTE
E COMMERCIO INTERNAZIONALE
- F. STORE MANAGEMENT:
PROFILI STRATEGICI ED OPERATIVI





**Per integrare
le conoscenze
di marketing strategico
e operativo con i processi
e gli strumenti di
gestione e controllo
aziendale**

CONSIGLIO DI DIREZIONE

Prof.ssa ANTONELLA PAOLINI
Prof.ssa FRANCESCA BARTOLACCI
Prof.ssa PATRIZIA SILVESTRELLI
Prof.ssa MICHELA SOVERCHIA
Prof. GIACOMO GISTRI
Prof.ssa MARIA ZIFARO
Dott. MAURIZIO GIULI
Dott. GIOVANNI MATARAZZO
Dott. ANTONIO VOTINO
Dott. ROBERTO DEL GOBBO

INFO E ISCRIZIONI

Dott.ssa SILVIA PACCAPELO
T. (+39) 0733 258 3206
V.lo Luigi Monachesi, 2
62100 MACERATA MC
silvia.paccapelo@unimc.it
<https://bit.ly/3ulA5IO>



unimc
UNIVERSITÀ DI MACERATA

l'umanesimo che innova

MASTER IN

MDA

MARKETING
E DIREZIONE
AZIENDALE

