

Dipartimento di Economia e Impresa

Denominazione del Corso di laurea: Direzione Aziendale

Denominazione dell'insegnamento: Strategia e Marketing per l'Internazionalizzazione

Denominazione dell'insegnamento in lingua inglese: Global Strategy and International Marketing

Corso B

Docente: Prof.ssa Maria Cristina Longo (RC)

Programma dell'insegnamento: Il corso di Strategia e Marketing internazionale affronta il tema della gestione strategica delle imprese internazionalizzate e la pianificazione di marketing internazionale. In particolare, il corso si focalizza su tre macro-argomenti, quali: 1. Le strategie di espansione territoriale e la gestione delle imprese internazionalizzate; 2. La gestione delle operations in ambito internazionale e la segmentazione dei mercati-paesi esteri; 3. Le politiche e la pianificazione di marketing internazionale

Descrizione del programma

Le strategie di espansione territoriale e la gestione delle imprese internazionalizzate

Il primo modulo affronta gli aspetti, teorici e pratici, che contraddistinguono la decisione d'internazionalizzazione e le modalità di raggiungimento di un vantaggio competitivo nei mercati esteri. Particolare attenzione sarà data alle singole strategie di entrata, anche delle imprese minori, l'analisi dei fattori interni ed esterni nei processi di internazionalizzazione, alle sfide ed ai vantaggi competitivi derivanti dell'operare in mercati globali e alla gestione internazionale delle funzioni aziendali

La gestione delle operations in ambito internazionale e la segmentazione dei mercati-paesi esteri

Il modulo affronta il tema della gestione delle operations nelle imprese internazionalizzate, la segmentazione dei mercati-paese e il posizionamento dell'impresa nei mercati internazionali.

Le politiche e la pianificazione di marketing internazionale

Il terzo modulo del corso illustra la metodologia per la predisposizione di un piano di marketing per l'ingresso in un mercato estero, dalle strategie di prodotto alle scelte di prezzo, promozione, tempistica nonché alla valutazione della convenienza economica dell'iniziativa.

Verifica della preparazione:

- **prova scritta:** SI
- **prova scritta/orale:** SI

La valutazione finale espressa in trentesimi verrà effettuata assegnando un punteggio parziale ai seguenti criteri coerentemente con gli obiettivi sopra indicati: conoscenza del tema assegnato, appropriatezza del linguaggio tecnico, pertinenza delle risposte rispetto ai quesiti formulati, capacità di raccordo fra il tema discusso ed altri temi inerenti il programma, capacità logica di argomentare il tema assegnato, capacità di contestualizzare il tema con esempi pratici desunti dalla realtà aziendale, partecipazione attiva in aula.

Modalità e tempi di accesso alle prove scritte: occorre la prenotazione nel portale studenti dell'Ateneo di Catania

La prova scritta è prevista per ogni appello, previa prenotazione, ed è incentrata sui contenuti sviluppati nel corso delle lezioni e riportati nel vademecum dello studente. Per i frequentanti potrà essere stabilita una prova di verifica intermedia e a fine corso. Le letture assegnate, le testimonianze aziendali ed il materiale distribuito in aula rientrano tra gli argomenti degli esami.

La prova scritta può consistere in domande a risposta multipla, domande aperte, temi e analisi di casi.