



Università
per Stranieri
di Perugia

Anno Accademico 2010-2011

PROGRAMMA D'ESAME

Laurea Magistrale: **Promozione dell'Italia all'Estero**

Insegnamento: **Marketing internazionale e modelli di e-business**

Anno di corso: **II**

Semestre: **II**

Docente: **Donatella Radicchi**

SSD: **SECS-P/08**

CFU: **9**

Carico di lavoro globale: **225 ore**

Ripartizione del carico di lavoro: **60 ore di lezioni frontali e 165 ore di studio individuale**

Lingua di insegnamento: **italiano**

PREREQUISITI

Conoscenza degli elementi di base di Economia e gestione delle imprese e di Marketing

OBIETTIVI FORMATIVI

- Fornire gli strumenti concettuali e operativi per la formulazione delle decisioni che riguardano l'internazionalizzazione dell'impresa e le politiche di marketing da adottare nei mercati-paese esteri;
- Fornire le conoscenze per la comprensione dell'impatto delle tecnologie digitali sui processi di business e, nello specifico, sull'approccio al mercato delle imprese.

CONTENUTO DEL CORSO

- Lo sviluppo internazionale dell'impresa: scenari e tendenze;
- Le strategie internazionali dell'impresa;
- L'analisi dei mercati internazionali: l'attrattività e l'accessibilità dei paesi;
- Le modalità d'ingresso nei mercati esteri;
- Il posizionamento dell'offerta nel mercato internazionale;
- Marketing mix internazionale: prodotto, prezzo, distribuzione e comunicazione;
- Tecnologie dell'informazione e della comunicazione ed evoluzione del marketing;
- Il processo di transizione verso l'e-business (la ri-definizione della catena del valore);
- Componenti, dinamica e valutazione dei modelli di business;
- Creazione di valore, modelli di e-business e strategie aziendali.

METODI DIDATTICI

Lezioni frontali, esercitazioni, case study, somministrazione di test intermedi di apprendimento.

TIPO DI ESAME

L'esame è in forma orale.

TESTI DI RIFERIMENTO

Per frequentanti e non frequentanti:

- Valdani E., Bertoli G., *Mercati internazionali e marketing*, EGEA, 2006;
- Afuah A., Tucci C.L., Virili F., *Modelli di e-business*, McGraw-Hill, 2010;
- Materiale didattico integrativo a cura del docente.

TESTI DI CONSULTAZIONE E APPROFONDIMENTO

- Pellicelli G., *Il marketing internazionale, mercati globali e nuove strategie competitive*, Etas Libri, 2010;
- Cateora Philip R., Graham John L., *Marketing internazionale, imprese italiane e mercati mondiali*, Hoepli, 2008.

ALTRE INFORMAZIONI

e-mail: donatella.radicchi@unistrapg.it