



Università  
per Stranieri  
di Perugia

**Anno Accademico 2011-2012**

## **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 dei concetti di base di Economia e gestione delle imprese e di Marketing

## **OBIETTIVI FORMATIVI**

---

- Acquisire gli strumenti concettuali e operativi utili per analizzare e pianificare il processo di internazionalizzazione commerciale dell'impresa;
- Sviluppare le conoscenze connesse alle attività inerenti il marketing mix funzionali al consolidamento della presenza internazionale dell'impresa;
- Sviluppare le conoscenze utili per comprendere l'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 strategie e le modalità d'ingresso nei mercati esteri;
- Il posizionamento dell'offerta nei mercati internazionali;
- La gestione del marketing mix nei mercati internazionali: standardizzazione vs adattamento;
- La gestione del prodotto nei mercati internazionali;
- Le strategie di pricing internazionali;
- La comunicazione nei mercati internazionali;
- Tecnologie dell'informazione e della comunicazione ed evoluzione del marketing;
- Le proprietà tecnologiche della Rete e le implicazioni manageriali;
- L'intelligence in Rete;
- Creazione di valore, business models e strategie competitive in Rete.

## **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, Milano, 2010, terza edizione;
- Jean Jacques Lambin, *Cambiare le relazioni di mercato nell'era di Internet*, McGraw-Hill, Milano, 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;
- Afuah A., Tucci C.L., Virili F., *Modelli di e-business*, McGraw-Hill, Milano, 2010;
- Prandelli E., Verona G., *Vantaggio competitivo in rete*, McGraw-Hill, Milano, 2011.

## **ALTRE INFORMAZIONI**

---

e-mail: donatella.radicchi(at)unistrapg.it