

STRUTTURA	Scuola Politecnica – dipartimento SEAS
ANNO ACCADEMICO	2015/2016
CORSO DI LAUREA (o LAUREA MAGISTRALE)	Scienze economiche e aziendali– LM-77
INSEGNAMENTO	Global Management
TIPO DI ATTIVITÀ	Caratterizzante
AMBITO DISCIPLINARE	aziendale
CODICE INSEGNAMENTO	17588
ARTICOLAZIONE IN MODULI	NO
NUMERO MODULI	
SETTORI SCIENTIFICO DISCIPLINARI	SECS P/08
DOCENTE RESPONSABILE (MODULO 1)	Carlo Amenta Ricercatore Università degli studi di Palermo
DOCENTE COINVOLTO (MODULO 2)	
DOCENTE COINVOLTO (MODULO 3)	
CFU	6
NUMERO DI ORE RISERVATE ALLO STUDIO PERSONALE	114
NUMERO DI ORE RISERVATE ALLE ATTIVITÀ DIDATTICHE ASSISTITE	36
PROPEDEUTICITÀ	Nessuna,
ANNO DI CORSO	II
SEDE DI SVOLGIMENTO DELLE LEZIONI	Consultare il sito politecnica.unipa.it
ORGANIZZAZIONE DELLA DIDATTICA	Lezioni frontali, Esercitazioni in aula
MODALITÀ DI FREQUENZA	Facoltativa
METODI DI VALUTAZIONE	Prova Orale
TIPO DI VALUTAZIONE	Voto in trentesimi
PERIODO DELLE LEZIONI	Consultare il sito politecnica.unipa.it
CALENDARIO DELLE ATTIVITÀ DIDATTICHE	Consultare il sito politecnica.unipa.it
ORARIO DI RICEVIMENTO DEGLI STUDENTI	Da concordare con il docente

RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI

Si riferiscono all'insegnamento e non ai singoli moduli che lo compongono.

Vanno espressi utilizzando i descrittori di Dublino

Conoscenza e capacità di comprensione

At the end of the course students will understand how to apply firm strategies and marketing techniques in foreign countries.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Case studies and exercises will be used to allow students to test their ability to apply theoretical issues to real world situations.

Autonomia di giudizio

Students will be able to evaluate the possible outcomes of different strategies and marketing techniques aimed at global contexts

Abilità comunicative

At the end of the course students will be able to communicate their knowledge on international management strategies using proper terminology. They will also be able to inform corporate governance bodies in professional context and to participate in debates on issues related to international strategies.

Capacità d'apprendimento

At the end of the course students will be able to use their competence in order to learn more about international management and global marketing. They will also be able to read and comprehend articles from scientific journals and to use marketing techniques aimed at global markets.

OBIETTIVI FORMATIVI DEL MODULO

Students will learn how to develop marketing strategies aimed at consumers in foreign countries

MODULO	DENOMINAZIONE DEL MODULO
ORE FRONTALI	LEZIONI FRONTALI
2	Globalization Imperative
2	Economic Environment
2	Financial Environment
2	Global Cultural Environment and Buying Behavior
2	Political and Legal Environment
3	Global Marketing research
3	Global Segmentation and Positioning
3	Global Marketing Strategies
3	Global Market Entry Strategies
4	Global Product Policy decision
4	Global Pricing
2	Communication towards global customer
2	Global logistics
2	Planning of Global Marketing operations
	ESERCITAZIONI
TESTI CONSIGLIATI	Kotabe M., Helsen K., Global Marketing Management – 5th Edition, Wiley