



UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI
NAPOLI FEDERICO II

www.mastersm.unina.it

infomsm@unina.it

tel: 081- 679705/675062



MASTER UNIVERSITARIO IN
**MARKETING
& SERVICE
MANAGEMENT**

Inspiring your talent

Authentic post-graduate experience

Presenta la domanda e partecipa alle selezioni della XVI edizione del Master (a.a. 2018-19).

Il bando per l'ammissione alla prossima edizione del Master sarà pubblicato entro la fine del mese di luglio. Il bando ed il modulo per la partecipazione alle selezioni sono scaricabili dall'area download del sito del Master (<http://www.mastersm.unina.it/area-download.html>).



I NUMERI PRINCIPALI

15

Edizioni. Prima edizione, anno acc. 2003-04; 15a edizione (in corso), anno acc. 2017-18

314

Numero allievi diplomati o diplomandi (2003/2004-2016/2017)*

* L'edizione 2017-18 è tuttora in corso ed è frequentata da 21 allievi)

22

Numero medio di allievi per edizione (con punte di 33 allievi)

100%

Allievi che hanno svolto attività di stage in azienda (in 14 edizioni)

86%

Allievi occupati a 3 mesi dalla conclusione del Master (in 14 edizioni)

224

Borse di studio concesse (in 14 edizioni)

DATE PRINCIPALI DEL MASTER PREVISTE PER LA XVI EDIZIONE (ANNO ACC. 2018-19)



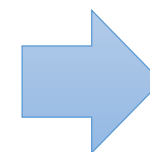


I DESTINATARI

**LAUREATI DEL
NUOVO
ORDINAMENTO
(magistrali)**

**LAUREATI DEL
VECCHIO
ORDINAMENTO**

**LAUREATI DEL
NUOVO
ORDINAMENTO
(triennali)**



Ex Facoltà di riferimento*

- ✓ Agraria
- ✓ Architettura
- ✓ Beni culturali
- ✓ Economia
- ✓ Filosofia
- ✓ Giurisprudenza
- ✓ Ingegneria
- ✓ Lettere
- ✓ Lingue e letterature straniere
- ✓ Scienze bancarie, finanziarie ed assicurative
- ✓ Scienze Biologiche e Biotecnologie
- ✓ Scienze del Turismo e della pianificazione territoriale
- ✓ Scienze della comunicazione
- ✓ Scienze e Tecnologie Farmaceutiche, Informatiche e Ambientali
- ✓ Scienze Matematiche Fisiche e Naturali
- ✓ Scienze Politiche
- ✓ Scienze statistiche e attuariali
- ✓ Sociologia e Psicologia

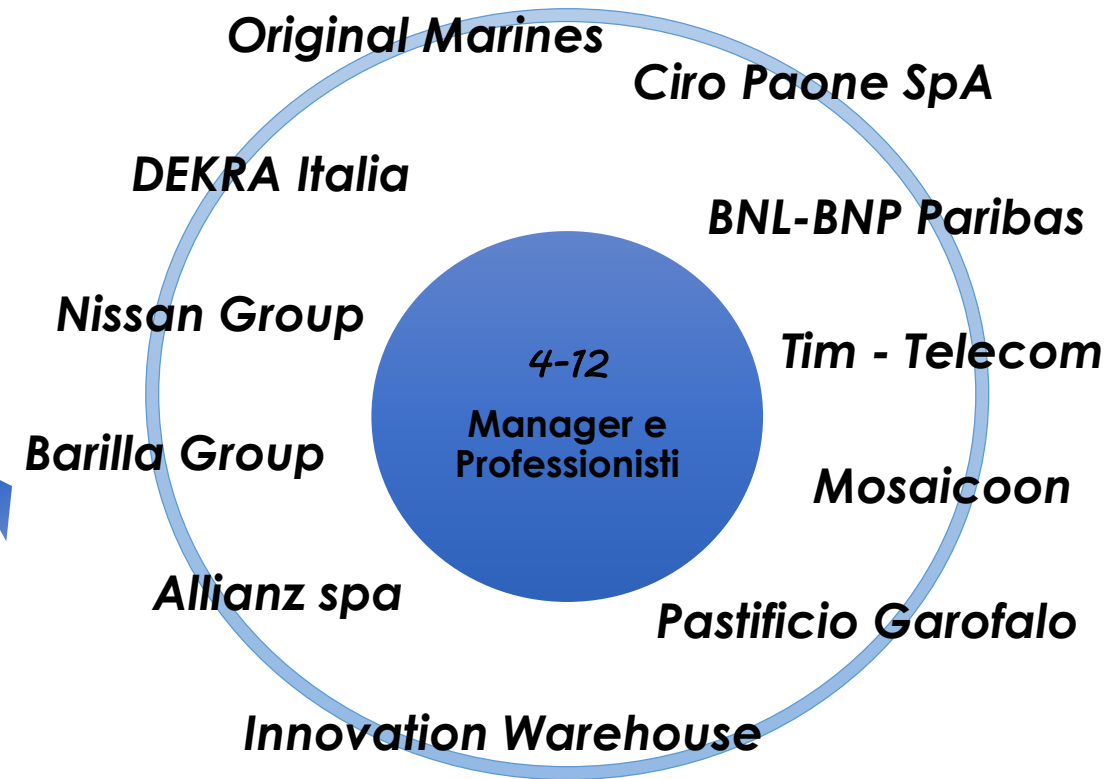
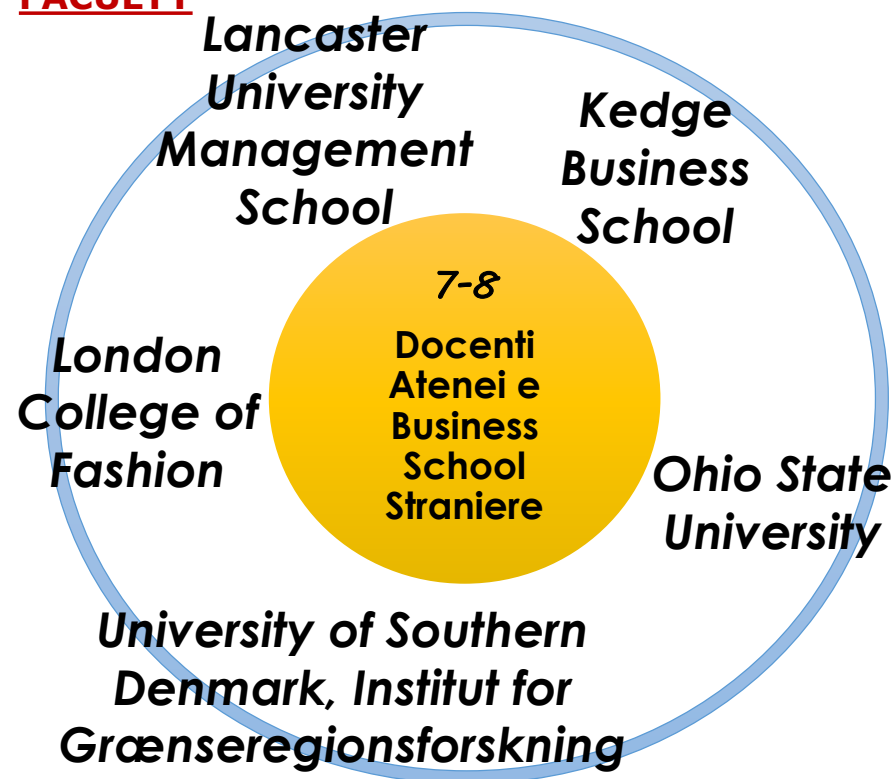


Per le lauree specialistiche (LS) e magistrali (LM) farà fede la classe di laurea triennale di appartenenza. In questi casi la laurea magistrale (LM) o specialistica (LS) costituirà oggetto di valutazione integrativa nelle voci “altri titoli” per l’accesso al Master.

*Per il dettaglio delle classi di laurea ammesse alle selezioni si rimanda al Regolamento del Master consultabile sul sito www.mastersm.unina.it



FACULTY



CONSIGLIO SCIENTIFICO

Prof. LUIGI CANTONE (Coordinatore Scientifico)

Prof. NICHOLAS ALEXANDER (Lancaster Business School)

Prof. BERNARD COVA' (Kedge Business School, Marsiglia)

Prof. ADELE CALDARELLI

Prof. CARLO NATALE LAURO (Emeritus)

Prof. LUCIO POTITO (Emeritus)

Prof. LUCIO SICCA (Emeritus)

Prof. GIANLUIGI MANGIA

Prof. LUIGI MARIA SICCA

Dott. PAOLO CALVOSA

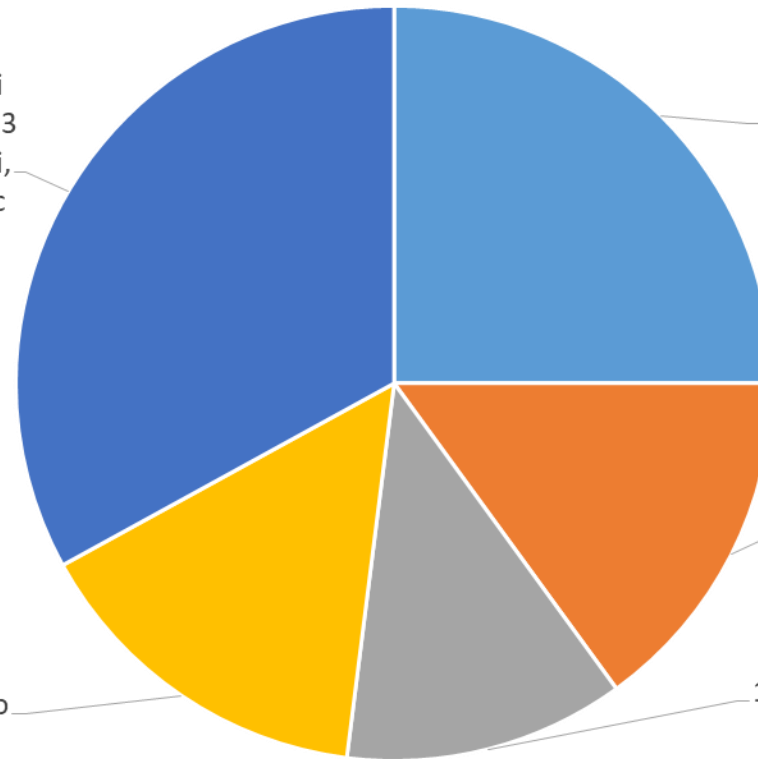
Dott. PIERPAOLO TESTA

L'ARTICOLAZIONE DIDATTICA E I MODULI FORMATIVI



1.500 ore/60 CFU

495 ore di studio
individuale, lavori di
gruppo, esami finali (3
CFU), visite aziendali,
seminari elettivi, ecc



376 ore di didattica
frontale (48 CFU)

224 ore di seminari e
testimonianze

180 project work di
gruppo in house

225 ore di stage e
project work presso
aziende (9 CFU)





L'ARTICOLAZIONE DIDATTICA E I MODULI FORMATIVI: 376 ore di didattica frontale

140 ore,

General Management - Business Administration (Value Based Management & Decision Making Model, Contabilità direzionale, Metriche di marketing, Gestione dell'innovazione in contesti networked, Organizzazione Aziendale)

36 ore,

International Marketing
(International Retailing)

184 ore,

Market Knowledge Management e strategie di mercato (Marketing Analitico e Strategico, Metodologie di analisi di mercato multivariate - 1° e 2°, Analisi del business e della Concorrenza, Customer & People insight Innovation, Product and Brand Management)

16 ore,

Relationship Marketing
(BTB Marketing)

Prof. Jay Kandampully,
The Ohio State University,
Columbus



Prof. Bernard Covà,
Kedge Business School,
Marsiglia



L'ARTICOLAZIONE DIDATTICA E I MODULI FORMATIVI: 224 ore di seminari e testimonianze

- ✓ Corporate Management Practices;
- ✓ Metodologie di analisi di mercato multivariate - 3°;
- ✓ New Product Development Research Methodologies;
- ✓ Comunicazione;
- ✓ Digital Marketing;
- ✓ Customer Relationship Marketing;
- ✓ New Entrepreneurship Marketing;
- ✓ Service Marketing;
- ✓ Channel Distribution Management;
- ✓ Sales Management.

**Alcuni dei
Manager e
Professionisti
coinvolti**

Dr. Ami Shpiro,
Founder and Managing
Director
at Innovation Warehouse



Dott. Giuseppe Zavattoni,
Head of CRM Italy
at UniCredit



Dott. Dario Gargiulo,
Chief Marketing Officer
at Diesel



Dott. Davide Basile,
Marketing Director
at Original Marines



Dott. Simone Cavallo,
General Manager
at Ciro Paone SpA (Kiton)



Dott. Rosario Bisbiglia,
Director Short Term Gas
Portfolio Management
at Edison EDF Group



Dott. Toni Purcaro,
Managing Director & Head
of Shared Services
at DEKRA Italia



Dott. Paolo Melegari,
People Insight Manager,
at Barilla Group





FACULTY: la componente internazionale per l'edizione 2017-18

Ruolo nel Master	Materia	Provenienza	Ore
Comitato Scientifico e docente	Product and Brand Management	Prof. Bernard Covà, Full Professor di Marketing alla Kedge Business School	20
Comitato Scientifico e docente	International Retailing	Prof. Nicholas Alexander, Head of Marketing Department, Lancaster University Management School	20
Docente	Brand Crisis (Digital)	Prof. Stefano Pace, Associato di Marketing e comportamento del consumatore alla KEDGE Business School	16
Docente	Fandom e fanatismo	Prof. Gregorio Fuschillo, Assistente di Marketing e di consumer culture « theory » alla KEDGE Business School	16
Docente	Trade Shows and exhibition	Prof. Dario Rinaldo, Assistente di Marketing alla KEDGE Business School	16
Docente	International Marketing	Prof. Svend Hollensen, Associate in International marketing alla University of Southern Denmark	16
Docente	Branding in different contexts	Prof.ssa Simona D'Antone, Associato di BTB Marketing alla KEDGE Business School	16
Docente	Channel Distribution Management	Prof. Matteo Montecchi, Senior Lecturer in Fashion Marketing at London College of Fashion	16
Docente	Customer Experience Marketing	Prof. Jay Kandampully, Full Professor in Service Management alla The Ohio State University	16
Docente a contratto	New Entrepreneurship Marketing	Dr. Ami Shpiro, Fondatore e Business Angel di Innovation Warehouse (tra i più importanti Business Accelerator della città di Londra)	16
			168

L'ARTICOLAZIONE DIDATTICA E I MODULI FORMATIVI: 495 ore di studio individuale, lavori di gruppo, esami finali, visite aziendali, seminari elettivi, ecc

40 ore, Corso elettivo **Marketing Innovation Trends** (MIT)

I temi trattati:

- Digital Marketing,
- Unconventional Marketing,
- Experiential Marketing,
- New Digital Enterprise Creation.

**Aula Carlo Ciliberto,
Centro Congressi
Federico II**



Ciro Paone Spa



Data la natura elettiva del corso, i docenti sono **accademici specialisti di materia, managers di aziende e/o professionals di società di consulenza.**

Il corso elettivo, prevede 9 incontri di 4 ore ciascuno. L'ultimo incontro si svolge nella forma di **conferenza** a cui parteciperanno relatori nazionali e internazionali.

**Feudi di San
Gregorio**





CONFERENZE ORGANIZZATE DAL MASTER

Final or Open workshop del corso di Marketing Innovation Trends



Prof. Mohanbir
Sawhney, Kellogg
School of
Management,
Chicago

The Jackal





BORSE DI STUDIO, CONTRIBUTO DI ISCRIZIONE E PRESTITO D'ONORE

L'alta formazione post-laurea non può essere preclusa alle persone meritevoli per ragioni di natura esclusivamente economica. Per questo motivo, si è ritenuto opportuno limitare il contributo di iscrizione al Master a soli 3.000 euro anche per l'anno accademico 2018-19, nonostante il costo complessivo per allievo sia pari a circa 7.000 euro. La differenza è coperta da sostenitori finanziari. Inoltre, per gli allievi particolarmente meritevoli, qualora si creassero le condizioni di budget, potrebbero essere erogate borse di studio da parte di enti e aziende partner.

borse di studio

Le borse di studio potrebbero essere conferite agli allievi in base alla graduatoria dei vincitori del concorso di selezione che risultino iscritti al corso e che rispettino, al termine del programma del Master, i limiti di frequenza obbligatoria previsti dal regolamento di funzionamento.

Il numero di borse di studio potrebbe aumentare in relazione alla disponibilità di finanziamenti da parte di aziende o organizzazioni

Contributo di iscrizione

3.000 €

AZIENDE PARTNER COINVOLTE NEL PROGRAMMA FORMATIVO E NEL PLACEMENT DEGLI ALLIEVI

Alcune **aziende partner** coinvolte nel processo formativo (**internship, project work, testimonianze**) e altri sostenitori con **borse di studio e contributi finanziari**.





CONTATTI



Website: www.mastersm.unina.it



**LABORATORIO DI MARKETING
(PIANO 0, STANZA 1)**

**DIPARTIMENTO ECONOMIA,
MANAGEMENT, ISTITUZIONI**

**UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI NAPOLI
FEDERICO II**

**COMPLESSO UNIVERSITARIO MONTE
SANT'ANGELO**

VIA CINTIA – FUORIGROTTA - NAPOLI

Tel./Fax: 081- 679705/675062

E-mail: infomsm@unina.it

**Website:
www.mastersm.unina.it**

facebook.com/mastersm.unina

twitter.com/master_unina

