



Sapienza Università di Roma
Facoltà di Economia

Master Universitario in Marketing Management



DIPARTIMENTO DI SCIENZE
DELLA GESTIONE D'IMPRESA
Università degli Studi "La Sapienza"

gennaio 2008 / gennaio 2009 - 6^a Edizione

Background

L'evoluzione in atto nei sistemi socio-economici avanzati sta trasformando profondamente le dinamiche competitive, i comportamenti di consumo, le organizzazioni imprenditoriali ed il processo di creazione del valore economico.

L'orientamento al mercato oggi non viene più visto come mero compendio di tecniche e strumenti volti all'ottimizzazione delle relazioni commerciali con la clientela, ma si eleva al rango di indirizzo metodologico nei confronti dell'intera organizzazione, una vera e propria cultura aziendale che permea ogni processo gestionale. Il marketing, di conseguenza, assume un ruolo centrale per il successo delle imprese perché è l'ampiezza e la qualità del network di relazioni di mercato a costituire il vero driver della generazione del valore.

Le competenze necessarie per presidiare in modo appropriato questa area costituiscono pertanto un presupposto fondamentale per agevolare lo sviluppo delle organizzazioni economiche e non solo. Prova ne è la forte domanda di esperti di marketing, vendite e comunicazione che proviene dal mondo delle imprese, anche dal mondo delle organizzazioni non profit e delle istituzioni pubbliche.

Il Master Universitario in Marketing Management

Il **Master Universitario in Marketing Management (MUMM)** è un Master Universitario di 1° livello di durata annuale, con titolo legalmente riconosciuto in Italia e all'estero, rivolto a giovani laureati, a professionisti e a manager che intendono acquisire competenze distintive nel campo del marketing management delle imprese e delle organizzazioni pubbliche o private.

L'obiettivo del corso è di formare professionisti in grado di interpretare e risolvere problematiche gestionali e di marketing complesse. Trasferendo competenze immediate nel "fare", il Master consente infatti ai partecipanti di poter operare da subito, in modo efficace, nella progettazione e attuazione dei processi di marketing. Questo ambizioso obiettivo è raggiunto mediante un progetto didattico che poggia sul rigore della ricerca scientifica applicata e sul pragmatismo dell'esperienza manageriale sul campo.

Il Mumm è promosso e gestito dal **Dipartimento di Scienze della Gestione d'Impresa dell'Università degli Studi La Sapienza, Facoltà di Economia**.

Il Dipartimento di Scienze della Gestione d'Impresa, le cui origini risalgono al 1926, gestisce una complessa offerta didattica, composta da corsi di laurea di base e specialistica, erogati presso la sede centrale della Facoltà e quelle distaccate di Latina, Civitavecchia, Pomezia e Buenos Aires, e da prodotti di formazione superiore, come il Dottorato di Ricerca in *Economia e finanza nel governo dell'Impresa*, e il *Master Universitario in Marketing Management*. Il Dipartimento inoltre promuove, coordina e gestisce progetti di consulenza, di ricerca e formazione per importanti soggetti pubblici e privati

Le partnership aziendali

I **partner aziendali** costituiscono un asset fondamentale del Master Mumm. Il Master promuove accordi con imprese e organizzazioni che si distinguono nei rispettivi settori di appartenenza per competenza e dinamismo.

Il contributo delle imprese si sostanzia nella co-gestione di moduli formativi, partecipazione attiva alla didattica attraverso testimonianze e casi presentati dai manager, assegnazione di borse e premi di studio ai partecipanti meritevoli, erogazione di servizi, accoglimento dei partecipanti in stage e supporto alla realizzazione del project work.

Il Master accoglie inoltre nei propri organi direttivi dei rappresentanti delle imprese partner, in modo che i percorsi formativi siano effettivamente tarati sulle esigenze del mercato del lavoro.

Nell'edizione 2007 le imprese guida sono:



Le partnership istituzionali



Il **C.U.E.I.M., Consorzio Universitario di Economia Industriale e Manageriale**, nato oltre venti anni fa e costituito da 20 Università italiane, si configura come una rete multipolare, priva di finalità di lucro, che connette tra loro Università, Istituzioni pubbliche e private, imprese e imprenditori. L'obiettivo che si propone è la produzione e la diffusione di conoscenza in campo manageriale, in forme e con modalità utili al miglioramento dei processi di governo delle organizzazioni. A tal fine il C.U.E.I.M. svolge attività di ricerca, erogazione di servizi, divulgazione scientifica e formazione, a supporto di un'unica filiera produttiva, quella della conoscenza.



L'**Istituto Guglielmo Tagliacarne**, Fondazione dell'Unione Italiana delle Camere di commercio, fondato nel 1986 e con sede a Roma, persegue l'obiettivo di promuovere la cultura economica nel nostro Paese attraverso attività di ricerca e di analisi economica-statistica; è centro di formazione per il personale della Pubblica Amministrazione e gestisce programmi di formazione manageriale avanzata per neolaureati.



L'**I.C.E., Istituto Nazionale per il Commercio Estero**, è l'Ente pubblico che ha il compito di sviluppare, agevolare e promuovere i rapporti economici e commerciali italiani con l'estero, con particolare attenzione alle esigenze delle piccole e medie imprese, dei loro consorzi e raggruppamenti.



Il Master gode inoltre del patrocinio della **Società Italiana di Marketing**, associazione di docenti, manager, consulenti e studenti volta alla promozione e alla diffusione della cultura del marketing, svolgendo il ruolo di ponte tra accademia, imprese e istituzioni.

Piano Formativo

Il Master ha una durata annuale e prevede un impegno full-time, per un totale di 1.500 ore così articolate:

Il piano formativo è articolato in 8 aree didattiche, che comprendono corsi introduttivi, volti a omogeneizzare le conoscenze di base dei partecipanti, corsi di general management, la parte "core" relativa ai corsi specifici di marketing, progetti applicativi realizzati in partnership con le imprese, formazione inerente le "competenze trasversali" o management tools, lo stage e la preparazione e del project work finale realizzati presso una delle imprese partner del master. Ogni corso ha un titolare, professore universitario di ruolo, nominato tra gli esperti della specifica tematica, e si avvale del contributo dei manager delle imprese partner.

Formazione in aula: 700 ore

Lavori di gruppo: 150 ore

Studio individuale: 150 ore

Project work e stage: 500 ore

<i>Corsi</i>	<i>Titolare</i>
Corsi Zero	
Introduzione all'economia d'impresa	Prof. Mauro Gatti
Il bilancio dell'impresa	Prof. Mauro Gatti
Introduzione ai metodi quantitativi per il marketing	Prof.ssa Carla Angela
Strumenti informatici di base	
General Management	
Marketing management	Prof. Alberto Pastore
Approccio sistemico	Prof. Sergio Barile
Finanza e Controllo di Gestione	Prof. Gaetano Golinelli
Organizzazione aziendale e gestione delle risorse umane	Prof.ssa Caterina Ricciuti
Strategie d'impresa	Prof. Angelo Dringoli
Internazionalizzazione dell'impresa	Prof. Vincenzo Sanguigni
Produzione e logistica	Prof. Enrico Massaroni
Conoscenza e Strategia di Mercato	
Conoscenza dei comportamenti di acquisto e consumo	Prof. Francesco Ricotta
Sistema informativo di marketing	Prof. Alberto Mattiacci
Analisi competitiva e strategie di mercato	Prof. Sergio Cherubini
Segmentazione e posizionamento	Prof. Enrico Bonetti
Product Offering Management	
Gestione del prodotto: beni e servizi	Prof. Carlo Alberto Pratesi
Brand management	Prof. Andrea Rea
Politica distributiva e trade marketing	Prof. Daniele Fornari
Pricing	Prof. Michele Costabile
Sales management e forecasting	Prof. Andrea Lanza
Communication mix	Prof. Gennaro Iasevoli
Advertising	Prof. Umberto Collesei
Focus	
Marketing internazionale – ICE	Prof. Alberto Mattiacci
Marketing del Made in Italy	Prof. Roberto Ravazzoni
Marketing, etica e tutela del consumatore	Prof. Claudio Baccarani
Comunicazione organizzativa	Prof. Emanuele Invernizzi
Retail marketing	Prof. Alberto Pastore
Category management	Prof. Guido Cristini
E-marketing	Prof.ssa Maria Vernuccio
CRM: customer relationship management	Prof. Gennaro Iasevoli
Marketing turistico e territoriale	Prof.ssa Claudia Golinelli
Pianificazione, organizzazione e controllo di marketing	Prof. Sergio Cherubini
Marketing Projects	
Trade marketing plan	UNILEVER
Piano di comunicazione	Young&Rubicam
Field marketing plan	WIND
Field marketing research	GN RESEARCH
Business GAME (MARKSTRAT OnLine)	Prof. Luca Dezi
Project work 2007	Alumni ed. 2007
Management Tools	
Project management	
Strumenti di informatica individuale	
Tecniche di presentazione	
Team work e comportamento organizzativo	Prof. Dan Wiesenfeld
Self empowerment e preparazione al placement	Prof. Dan Wiesenfeld
Business English	
Stage e Project work	
Prova finale	

È previsto l'intervento in aula di docenti universitari provenienti da **16 atenei** e di numerosi manager di **40 importanti imprese** ed organizzazioni nazionali ed internazionali.

Le attività formative vengono realizzate attraverso le più moderne tecniche didattiche e prevedono l'impiego delle seguenti modalità:

Didattica tradizionale frontale	Marketing business game - Markstrat
Esercitazioni	Stage
Case histories	Project Work
Testimonianze aziendali	Studio individuale
Visite aziendali	Lavori di gruppo

Al termine di ciascuna area didattica sono previste delle prove di valutazione.

A conclusione del corso i partecipanti conseguono il titolo di "Master in Marketing Management dell'Università degli Studi La Sapienza".

Il Diploma di Master attribuisce al partecipante 60 Crediti Formativi (CFU) spendibili nell'ambito di lauree specialistiche o di altri corsi di formazione superiore. Il numero di crediti che verranno riconosciuti ai fini della Laurea Specialistica verrà stabilito dal Consiglio di Corso di Laurea in relazione ai contenuti del percorso formativo specifico.

Stage e Project Work

Nel periodo compreso tra settembre e dicembre hanno luogo gli stage, cui segue la discussione del project work a conclusione del corso.

Lo stage costituisce un momento formativo di fondamentale importanza in quanto offre al partecipante l'opportunità di maturare una concreta esperienza di lavoro all'interno di una realtà aziendale. Esso ha una durata minima prevista di tre mesi e viene svolto sotto la direzione operativa di un tutor aziendale con la supervisione scientifica di un membro del Consiglio Didattico Scientifico. Sulla base dell'esperienza di stage il partecipante provvederà alla stesura di un project work, che costituirà oggetto di una dissertazione finale, valida per il conseguimento del titolo.

Tra le imprese che, nelle precedenti edizioni, hanno partecipato tramite testimonianze in aula ed erogazione di borse, premi di studio e stage figurano:

<i>ABBOTT</i>	<i>COIN</i>	<i>HEIDRICK&STRUGGLES</i>	<i>RENAULT</i>
<i>ACCENTURE</i>	<i>COLGATE</i>	<i>HERTZ</i>	<i>RQ</i>
<i>ACEA ELECTRABEL</i>	<i>CONAD PAC 2000</i>	<i>IBM</i>	RAY & BERNDTSON
<i>ACNIELSEN</i>	DAIMLERCHRYSLER	<i>JOHNSON&JOHNSON</i>	<i>SARA ASSICURAZIONI</i>
AD MAIORA	<i>ENEL</i>	LA GARDENIA	SONY ENTERTAINMENT
<i>ALITALIA</i>	<i>EURISKO</i>	<i>LEAGAS DELANEY</i>	<i>STANDA</i>
<i>AUTOGRILL</i>	<i>FATER</i>	L'ORÉAL	<i>TELECOM</i>
BALDINI CASTOLDI DALAI EDITORE	<i>FEDERCULTURE</i>	<i>LOTTOMATICA</i>	<i>TELETHON</i>
<i>BULGARI</i>	<i>FERRERO</i>	<i>MARCHESI GRAFICHE EDITORIALI</i>	<i>TIM</i>
BRITISH AMERICAN TOBACCO	<i>FINDOMESTIC</i>	<i>MEDIOTRADE</i>	<i>UNHCR</i>
BURSON-MARSTELLER	<i>FORD</i>	<i>NESTLÉ</i>	UNILEVER
CAPITALIA	<i>GENERAL MOTORS</i>	<i>NISSAN</i>	WIND
CASTELLO BANFI	<i>GENERALI</i>	NOKIA	YOUNG&RUBICAM
<i>CENSIS SERVIZI</i>	<i>GENTILINI</i>	PERONI	XISTER
<i>CERVED</i>	GN RESEARCH	<i>PLAYTEX</i>	
CETUS	<i>GRANDI STAZIONI</i>	<i>PROCTER&GAMBLE</i>	



Ammissione e Frequenza

Possono accedere al Master i laureati di tutte le facoltà con una votazione non inferiore a 100/110.

Il numero di partecipanti è limitato a un massimo di 35 e i candidati sono selezionati sulla base del curriculum vitae e di una prova di ammissione scritta ed orale nella quale verrà valutata anche la conoscenza della lingua inglese.

Il corso inizierà a gennaio 2008 e si concluderà a gennaio 2009 con la consegna del Diploma Universitario del Master in Marketing Management.

È richiesta la frequenza obbligatoria a tempo pieno.

La quota di iscrizione ammonta a 11.000 Euro (esente da iva e detraibile fiscalmente), da corrispondersi in due rate.

Tale quota comprende, oltre alla fruizione dell'attività didattica:

- i materiali didattici (case study, esercitazioni, dispense, lucidi, ecc.)
- il kit personale di libri didattici fondamentali
- l'utilizzo delle strutture didattiche (aula, pc, connessione, ecc.)
- la simulazione di gestione (marketing business game) con l'ausilio del software Markstrat
- il servizio Career che prevede la pubblicazione dei nominativi degli studenti presso il network di aziende referenti dell'Università La Sapienza ai fini di un più agevole inserimento nel mondo del lavoro.

Borse e Premi di Studio

In base alla graduatoria stilata al termine del processo di selezione e alla situazione economica dei candidati, sono assegnate **dieci borse di studio di un importo pari a 5.000 Euro ciascuna**, rese disponibili dalle imprese guida e sponsor, a parziale copertura dei costi d'iscrizione.

Al primo classificato sarà assegnata la borsa di studio intitolata al Professor Gennaro Cuomo.

È prevista, inoltre, l'erogazione di almeno **5 premi di studio** (1.000 Euro cadauno), assegnati dal Consiglio Didattico Scientifico sulla base del rendimento dimostrato durante il corso.

Altre attività

Mumm Conference Day - Il Diploma del Master verrà consegnato in occasione di un evento culturale nel corso del quale vengono ospitate alte personalità del mondo della cultura e dell'impresa che si confrontano sui temi di marketing di particolare interesse e attualità.

Collana "Casi di marketing" - I migliori project work realizzati dagli allievi del master nel periodo di stage vengono pubblicati nella collana "Casi di marketing - best in class" dedicata al Professor Giorgio Eminente e edita da Franco Angeli.

Alumni - I diplomati Mumm possono aderire alla Associazione Alumni della Facoltà di Economia della Sapienza e inoltre partecipare a iniziative specifiche organizzate dal Master; per tale via gli ex alunni Mumm saranno parte di un network di professionisti e manager, foriero di un continuo interscambio di opportunità e esperienze.

Portale - Il Master gestisce il portale del Mumm, un'area del sito ricca di contenuti e strumenti dedicati alla creazione e alla condivisione delle conoscenze di marketing.



La Faculty

Il Direttore

Prof. Gaetano Golinelli

Ordinario nell'Università La Sapienza; Direttore del Dipartimento di Scienze della Gestione d'Impresa, Presidente del Cueim

Il Coordinatore del Master

Prof. Alberto Pastore

Ordinario nell'Università La Sapienza di Roma

Il Coordinatore della Didattica

Prof. Alberto Mattiacci

Straordinario nell'Università di Siena

Il Consiglio Didattico Scientifico

Oltre che dalle figure precedenti è composto da:

Prof. Sergio Barile

Ordinario nell'Università La Sapienza di Roma

Prof. Sergio Cherubini

Ordinario nell'Università Tor Vergata di Roma

Prof. Francesco Colombi

Ordinario nell'Università La Sapienza di Roma

Prof. Michele Costabile

Ordinario nell'Università della Calabria

Prof. Gennaro Iasevoli

Associato nell'Università LUMSA di Roma

Prof. Enrico Massaroni

Straordinario nell'Università La Sapienza di Roma

Prof. Carlo Alberto Pratesi

Associato nell'Università Roma Tre

Prof.ssa Caterina Ricciuti

Associato nell'Università La Sapienza di Roma

Prof. Francesco Ricotta

Associato nell'Università La Sapienza di Roma

Prof. Andrea Rea

Associato nell'Università La Sapienza di Roma

Dott.ssa Patrizia Tanzilli

Responsabile Settore Formazione Post Universitaria e Gestione Qualità Aziendale della Fondazione Istituto Guglielmo Tagliacarne

Dott.ssa Maria Vernuccio

Ricercatore nell'Università La Sapienza di Roma

Il Board di Indirizzo

Un comitato costituito da esperti provenienti dal mondo accademico, professionale ed imprenditoriale che ha il ruolo di supportare il Master nella definizione delle proprie linee di indirizzo.

Ne fanno parte i rappresentanti delle imprese guida, dei partner istituzionali e degli organi direttivi del Master

Presidente

Prof. Gaetano Golinelli

Vicepresidente

Prof. Luigi Pieraccioni (Consigliere Scientifico della Fondazione Guglielmo Tagliacarne)

Lo Staff

Organizzazione

Dott.ssa Barbara Amici

Tutor Didattici

Dott.ssa Valentina Cecconi, Dott.ssa Federica Ceccotti e Dott. Angelo Giraldi

Gestione sito MUMM

Dott.ssa Maria Vernuccio





Master
Universitario
in Marketing
Management



Master Universitario
in Marketing Management
Università degli Studi La Sapienza



Visita il nostro sito: www.mumm.it



**Master Universitario
in Marketing Management**
Università degli Studi La Sapienza

Per informazioni rivolgersi a:

Dipartimento di Scienze della Gestione d'Impresa
Via del Castro Laurenziano, 9 - 00161 Roma - Tel. 06.4976.6438 - 06.4976.6243
info.mumm@uniroma1.it
www.mumm.it