

Corso di Laurea Magistrale Marketing e Mercati Globali



**Dipartimento di Economia, Metodi Quantitativi
e Strategie di Impresa**

Obiettivi formativi

Il corso di laurea magistrale in *Marketing e Mercati Globali* intende fornire una solida preparazione culturale e metodologica nella disciplina del Marketing. Gli studenti possono scegliere tra due percorsi:

- *Marketing Globale*, in italiano, indirizzato a sviluppare conoscenze economico-aziendali e competenze professionali per la gestione dei processi di marketing (consumer/retail marketing e trade/business to business marketing) e della comunicazione d'impresa, in una visione avanzata di marketing e con specifico riferimento alla gestione delle imprese nei mercati globali.
- *Global Management*, in inglese, finalizzato alla formazione di profili in grado di affrontare le sfide della gestione aziendale in ambito internazionale da una prospettiva economico-aziendale ampia e multidisciplinare, nel campo del management, dell'analisi dei mercati internazionali, delle strategie e dei processi di internazionalizzazione delle imprese.

Struttura del corso

II Corso di Laurea Magistrale in Marketing e Mercati Globali appartiene alla Classe LM-77 delle Lauree in Scienze dell'economia e della gestione aziendale, ha una durata di due anni e comporta l'acquisizione di 120 crediti formativi universitari (CFU) per il conseguimento del titolo. Nei due anni, sono previsti 12 esami, comprensivi dell'attività a libera scelta, che prevedono l'acquisizione di 104 CFU. I restanti crediti saranno acquisiti attraverso altre attività formative quali le Ulteriori conoscenze linguistiche (Communication skills). Gli esami previsti sono 6 al primo anno e 6 al secondo anno.

Percorso: **Marketing Globale**

(lingua ufficiale: italiano)

Primo anno

Global Marketing Management (cfu 12)
Strategic Management (cfu 11)
Global Accounting (cfu 6) (corso erogato in lingua inglese)
Metodi e Strumenti per le indagini di marketing (cfu 12)
Storia dell'impresa (cfu 5)
Ulteriori conoscenze linguistiche (Communication skills) (cfu 2)

Obbligatori a scelta tra (cfu 8):
Diritto Commerciale dell'Unione Europea
Diritto delle Comunicazioni

Secondo anno

Integrated Financial Communication (cfu 8)
Global Retailing (cfu 8)
Price Management (cfu 6)
Industrial Organization (cfu 9)
Analisi Quantitative d'impresa per i Mercati globali (cfu 10)

Magistrale scelta studente (cfu 8)
Prova Finale magistrale (cfu 15)

Percorso: **Global Management**

(lingua ufficiale: inglese)

Primo anno

The Modern Firm (cfu 6)
Econometrics (cfu 6)
EU Business Law (cfu 6)
Strategic Management (cfu 14)
Advanced Accounting (cfu 12)
Quantitative Methods for Decision Making (cfu 11)
Further Language Knowledge (Communication skills) (cfu 1)

Secondo anno

Corporate Finance (cfu 6)
International Business (cfu 12)
Entrepreneurship and Innovation Lab (cfu 12)
Industrial Organization (cfu 6)
Business in the Global Political Economy (cfu 5)

Elective course (cfu 8)
Final examination (cfu 15)

Convenzioni con Università estere

Per gli studenti iscritti, è stata stipulata una convenzione con l'Universidad de Belgrano Argentina, finalizzata al rilascio del titolo congiunto della Laurea magistrale in Marketing e Mercati Globali e della Licenciatura en Comercialización. Maggiori informazioni sono reperibili nel Bando di mobilità per la partecipazione ai programmi di Doppia laurea magistrale.

Per i soli studenti iscritti al percorso Global Management è stata stipulata una convenzione con la Antwerp Management School (AMS), che fa parte dell'University of Antwerp, finalizzata al conseguimento di un Double Degree con il MSc di Global Management della AMS. Maggiori informazioni, anche inerenti al costo di iscrizione presso l'Ateneo estero, saranno reperibili nel Bando di mobilità per la partecipazione ai programmi di Doppia laurea magistrale.

Procedura di ammissione

Il corso di studio è a programmazione locale (n. 150 posti per l'a.a. 2025/2026); la graduatoria viene formulata in seguito all'esito di una selezione, che avviene sulla base di un criterio che privilegia i voti conseguiti, durante il percorso per il conseguimento della laurea triennale in alcuni settori scientifici disciplinari specifici (48 cfu così distribuiti: area aziendale 20 cfu, area economica 12 cfu, area quantitativa 10 cfu, area giuridica 6 cfu). L'accesso prevede pertanto la verifica del possesso di precisi requisiti curriculari. Possono accedere al corso di laurea magistrale gli studenti che abbiano già conseguito una laurea appartenente alle classi L-18 o L-33 (ai sensi del DM 270/2004) oppure alle classi 17 o 28 (ai sensi del DM 509/1999). L'accesso è consentito anche ai possessori di un altro titolo di studio conseguito all'estero e riconosciuto idoneo nelle classi di laurea equivalenti a "Scienze dell'economia e della gestione aziendale" e a "Scienze economiche". Possono partecipare alla selezione anche gli studenti laureati in altre classi di laurea, purché abbiano acquisito 48 crediti così distribuiti: 20 CFU area aziendale, 12 CFU area economica, 10 CFU area quantitativa, 6 CFU area giuridica. Inoltre, i candidati dovranno essere in possesso di una certificazione di conoscenza della lingua inglese, rilasciata dall'Ateneo o riconosciuta dall'Ateneo, corrispondente al livello B2 o di un diploma di studi conseguito in lingua inglese.

Contatti

Edificio U6
Piazza dell'Ateneo Nuovo 1
20126 Milano

segr.didattica.marketing@unimib.it

Coordinatore del Corso di Laurea Magistrale

Prof. Flavio Gnechi (flavio.gnechi@unimib.it)

Referente percorso in italiano Global Marketing

Prof.ssa Sabina Riboldazzi (sabina.riboldazzi@unimib.it)

Referente percorso in inglese Global Management

Prof. Stefano Calciolari (stefano.calciolari@unimib.it)

Sito web del Corso di Laurea

<https://www.unimib.it/magistrale/marketing-mercati-globali>

**Dipartimento di Economia, Metodi
Quantitativi
e Strategie di Impresa**

