

## 16° MASTER **MARKETING MANAGEMENT**

**Consumer, Trade & Retail Marketing**

PARMA, DAL 26 OTTOBRE 2015

**MASTER FULL TIME**

*6 mesi di aula e 6 di stage*



**NOVITÀ 2015**

- ▲ Study tour in Francia
- ▲ In-Company visit e sessioni in outdoor
- ▲ Laboratorio di Personal Development
- ▲ Digital & Social Media Marketing



Con il patrocinio di:



### Sponsor e Partner:

Durante le prime quindici edizioni, il Master ha consolidato un rapporto di proficua collaborazione con oltre 60 imprese che hanno offerto borse di studio e ospitato i partecipanti in stage per la realizzazione del Project Work.

### Imprese Sponsor:



### Imprese Partner industriali:



### Imprese Partner commerciali:



### Imprese Partner di servizi:



## INDICE

- 5 ▲ Introduzione
- 6 ▲ Presentazione
- 7 ▲ I partner dell'iniziativa:  
Università degli Studi di Parma  
24 ORE Business School
- 9 ▲ Le caratteristiche  
della sedicesima edizione
- 11 ▲ Il percorso formativo
- 12 ▲ Il programma
- 15 ▲ I laboratori e le sessioni operative
- 17 ▲ Lo stage: una preziosa opportunità  
di training on the job
- 18 ▲ Faculty
- 23 ▲ 24ORE Club Alumni
- 24 ▲ Dicono di noi
- 26 ▲ Informazioni

COMPETENZE / LAVORO / CARRIERA

Il Sole  
24 ORE

Sede del Sole 24 ORE in Milano - Via Monte Rosa 91

## INTRODUZIONE

C'è chi pensa che per riprendere un percorso di crescita e competitività più consono ad un grande Paese industriale, qual è l'Italia, sia sufficiente investire più mezzi nelle attività di ricerca e sviluppo.

Questo obiettivo è una assoluta priorità, ma non è sufficiente se mancano le condizioni per far fluire verso la produzione e il mercato i risultati della ricerca, attivando una efficace ed efficiente "macchina dell'innovazione". Nel momento in cui un'impresa investe più risorse nella ricerca, ovvero a monte della catena del valore, allungando i suoi orizzonti strategici di riferimento, occorre far sì che a valle, nella distribuzione e sul mercato, si sappiano controllare con maggiore

capacità i fattori e le variabili (marchi, reti distributive, informazioni al consumatore, servizi di vendita e post-vendita) che concorrono nel creare valore per il consumatore e, quindi, valore per l'impresa. In questo senso, il marketing viene a costituire una leva essenziale ai fini di una strategia di innovazione efficace e sostenibile che serva ad irrobustire organicamente la capacità di competere nel e sul mercato, ed a porre al tempo stesso sotto controllo i maggiori rischi che si incontrano, assicurandosi adeguati ritorni economici dall'investimento, tramite una pronta valorizzazione e diffusione sul mercato delle innovazioni create.

**Riccardo Varaldo**

*Presidente Comitato Scientifico  
del Master Marketing Management*

## PRESENTAZIONE

Chi decide di dedicare tempo e risorse iscrivendosi ad un Master di eccellenza è, di norma, una persona che ha come orizzonte temporale il lungo termine e che intende investire su sé stessa in termini sia di competenze, che di attitudini e capacità.

In particolare, i Master migliori sono proprio quelli che richiedono ai partecipanti di mettersi profondamente in discussione, evidenziando come il lavoro costante su dimensioni quali l'impegno, la disponibilità al nuovo e l'assunzione di responsabilità, produca risultati importanti per

la propria crescita professionale. In questo quadro, i partecipanti al Master in Marketing Management hanno potuto disporre sempre di un distintivo background culturale che ha consentito in passato ad oltre 430 partecipanti di assumere ruoli di responsabilità nelle funzioni marketing delle imprese industriali di marca, delle imprese commerciali e di servizi. Il percorso didattico del Master viene di anno in anno innovato rispecchiando i crescenti fabbisogni di risorse qualificate espressi dalle imprese eccellenti operanti nel mercato.

Attraverso una costante opera di innovazione nei contenuti e nelle modalità didattiche, siamo convinti di poter migliorare la qualità del nostro prodotto culturale accrescendo le possibilità per i nostri diplomati di entrare con successo nella funzione marketing delle imprese più innovative.

**Guido Cristini**

*Direttore del Master  
Università degli Studi di Parma*

**Antonella Rossi**

*Direttore Il Sole 24 ORE  
Formazione ed Eventi*



## I PARTNER DELL'INIZIATIVA



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PARMA

L'Ateneo di registra un posizionamento di alto profilo nel contesto universitario nazionale: **18 Dipartimenti, 35 corsi di laurea triennale, 38 corsi di laurea magistrale, 6 corsi di laurea magistrale a ciclo unico** e oltre 30 tra master e corsi di perfezionamento di lungo termine. L'Ateneo conta circa 920 docenti, 900 componenti del personale tecnico amministrativo e circa **25.000 studenti**.

L'Università è impegnata altresì a sviluppare una intensa attività di cooperazione nell'ambito dei programmi dell'Unione Europea e di altri progetti internazionali.

A sud della città sorge il Campus universitario che si estende per 77 ettari: una cittadella che ospita le facoltà scientifiche, numerose strutture sportive di primo livello e servizi a disposizione di tutti gli studenti. In tale contesto, presso il Centro S. Elisabetta, è ospitato il Master Marketing Management.

### LA FORMAZIONE DAI PRIMI NELL'INFORMAZIONE

**24ORE Business School ed Eventi** ha sviluppato un'offerta formativa sempre più innovativa e differenziata volta a soddisfare, da un lato, le esigenze di formazione di giovani neo laureati o con brevi esperienze di lavoro, e, dall'altro, le necessità di aggiornamento di manager e professionisti di imprese pubbliche e private.

La completezza dell'offerta trova una continua fonte di **innovazione e di aggiornamento** nel quotidiano, nelle riviste specializzate, nei libri e nei prodotti editoriali multimediali. La scelta dei temi attinge dal confronto con esperti e giornalisti, dal dialogo continuo con gli oltre 6000 manager che ogni anno frequentano le aule di 24 ORE Business School ed Eventi a Milano e a Roma.

Un'offerta formativa di valore sui temi di attualità, economia, finanza e management e focalizzata sulle diverse esigenze formative di giovani manager e professionisti.

Il sistema di **prodotti**:

- Annual ed Eventi
  - Conferenze annuali presso la sede del Sole 24 ORE
  - Eventi speciali
  - Roadshow sul territorio
- Master di Specializzazione in formula weekend
- Executive Master
- MBA
- Corsi e Convegni
- E-learning
- Formazione in house personalizzate
- Formazione professionisti
- Corsi serali di lingue



### MASTER CON DIPLOMA

▲ **Master post laurea full time** che prevedono un periodo di stage e sono indirizzati a quanti intendono inserirsi nel mondo del lavoro con un elevato livello di qualificazione e competenza, requisiti oggi indispensabili sia per i giovani laureati sia per i neo inseriti in azienda.

▲ **MBA e Executive Master** strutturati in formula blended, con sessioni in distance learning alternate a sessioni in aula, per manager e imprenditori che vogliono conciliare carriera e formazione. In particolare l'MBA, realizzato in collaborazione con Altis - Università Cattolica, è un percorso di alta specializzazione sui temi dell'innovazione, internazionalizzazione e imprenditorialità.

▲ **Education Online**, Master interamente online per conseguire il Diploma della Business School del Sole 24 ORE. 90% di lezioni a distanza con esami in presenza per l'ottenimento del Diploma.

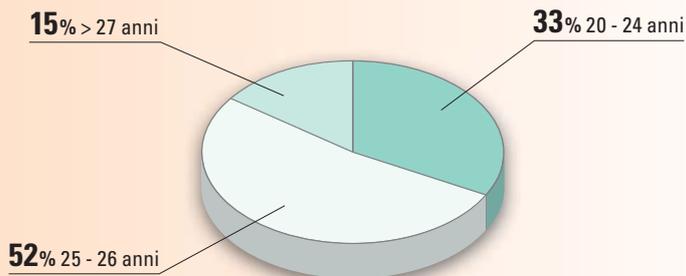
### INOLTRE

▲ **Formazione Professionisti**, percorsi itineranti accreditati dagli Ordini Professionali in materia fiscale, lavoro e legale su tutto il territorio nazionale.

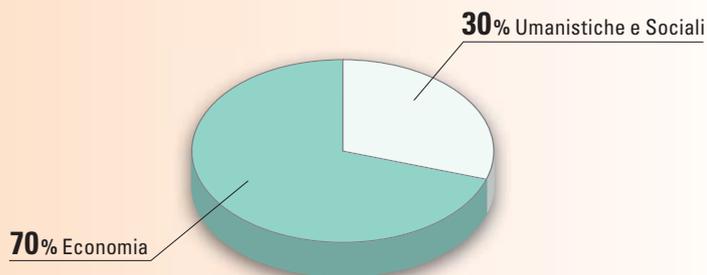
▲ **English Programs**: percorsi erogati interamente in lingua inglese che si caratterizzano per la faculty internazionale e la multiculturalità dei partecipanti.

## IL PROFILO DEI PARTECIPANTI ALLA PRECEDENTE EDIZIONE

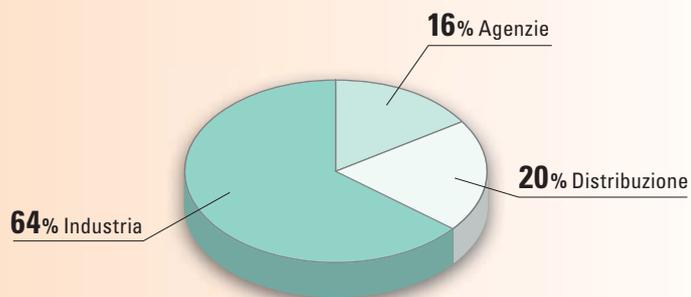
### ETÀ DEI PARTECIPANTI



### CURRICULUM VITAE DEI PARTECIPANTI



### STRUTTURE OSPITANTI



## I NUMERI DELLA BUSINESS SCHOOL

- ▲ **27** Master full-time
- ▲ **15.200** ore di formazione all'anno
- ▲ oltre **1.000** studenti all'anno
- ▲ **5.700** diplomati ai Master dal 1994 ad oggi
- ▲ **100%** collocati in stage al termine del periodo d'aula
- ▲ **2.000** esperti e docenti coinvolti ogni anno
- ▲ oltre **900** aziende, società di consulenza, banche e studi partner
- ▲ tassi di conferma al termine del periodo di stage superiori al **90%**

# LE CARATTERISTICHE DELLA SEDICESIMA EDIZIONE

## OBIETTIVI E SBocchi PROFESSIONALI

Il Master Marketing Management si rivolge a giovani laureati in qualsiasi disciplina, interessati ad operare all'interno delle funzioni marketing, vendite e comunicazione delle imprese industriali, delle insegne distributive, nelle agenzie di comunicazione e nelle società di ricerca e di consulenza.

La partecipazione al Master consente agli iscritti di:

- ▲ **completare il livello di preparazione universitaria** attraverso l'assunzione di conoscenze specialistiche nell'ambito del marketing;
- ▲ **acquisire competenze distintive** su temi di frontiera inerenti le strategie e le politiche di marketing;
- ▲ **valorizzare**, attraverso il costante ricorso a strumenti di didattica attiva, **le capacità individuali** in modo da favorire l'inserimento in azienda in posizioni connotate da elevate responsabilità;
- ▲ **assicurare una costante relazione con la business community**, in virtù del coinvolgimento di testimoni provenienti dalle principali imprese operanti nel mercato del largo consumo.

## DESTINATARI

Giovani **laureati e laureandi** in discipline socio-economiche, umanistiche, giuridiche e scientifiche con spiccate attitudini di natura cognitiva, relazionale e di problem solving.

## DURATA E STRUTTURA

Il Master, a tempo pieno, numero chiuso e frequenza obbligatoria, ha una durata complessiva di **12 mesi (6 di aula full time e 6 di stage)** con inizio il **26 ottobre 2015**.

Sono previste 1200 ore di formazione (850 di aula e 350 di studio per la preparazione alle verifiche periodiche) e circa 900 ore di stage in azienda.

Sei mesi sono dedicati alla **formazione in aula**: i primi due, prevedono insegnamenti base relativi ad aspetti economici e all'analisi del contesto competitivo i successivi quattro seguono moduli specifici di approfondimento sulla strumentazione di marketing.

Alla fine del periodo d'aula, i partecipanti sono chiamati a presentare un **piano di marketing** volto a verificare il grado di apprendimento maturato e la capacità di ottenere risultati mediante l'apporto del gruppo.

A seguito del percorso d'aula, prendono avvio i **Field Project** presso le sedi delle imprese partner.

Nei sei mesi di stage i partecipanti realizzano un project work sulle attività svolte in azienda che sarà oggetto di valutazione da parte di una commissione di docenti.

Il Diploma di Master viene conseguito a seguito della positiva valutazione della parte di aula e dello stage in azienda.

## ORGANIZZAZIONE DIDATTICA

L'organizzazione didattica prevede la presenza di:

- ▲ un **Comitato Scientifico**, un **Comitato dei Garanti** ed uno **Steering Committee Aziendale**, composti rispettivamente da docenti accademici e manager delle imprese che garantiscono la qualità ed attualità dei contenuti;
- ▲ i **coordinatori dei moduli** per garantire la sequenzialità dei contenuti di ciascun argomento così come la soddisfazione dell'aula;
- ▲ il **Direttore Scientifico** per assicurare lo sviluppo omogeneo dei contenuti;
- ▲ il **coordinatore operativo e responsabile dei rapporti con le imprese** che cura l'integrazione dei contenuti con le esigenze aziendali e le relazioni con le strutture finalizzate alla ricerca degli stage
- ▲ il **tutor d'aula** che pianifica gli interventi di docenza e valuta gli effetti didattici dell'azione formativa.

## CORPO DOCENTE

La docenza è affidata a **manager d'azienda, consulenti e docenti provenienti dalle migliori Università italiane e internazionali** che hanno maturato distinte esperienze nell'ambito del marketing strategico ed operativo. La progettazione e il coordinamento dei singoli corsi viene affidata ai responsabili di ciascun modulo ai quali è attribuito altresì il compito di assicurarsi del grado di soddisfazione dell'aula.

## METODOLOGIA DIDATTICA

La metodologia didattica utilizzata è orientata alla gestione pratica della vita aziendale e si concretizza con la realizzazione di **project work, discussioni di casi, esercitazioni, lavori di gruppo, business game e role playing oltre a momenti dedicati ad accrescere le competenze individuali attraverso i laboratori manageriali, il coaching di gruppo e l'outdoor training.**

Sono previste numerose testimonianze di protagonisti illustri del settore che portano in aula la concretezza di esempi reali, nonché esperienze di eccellenza.

La settimana si articola in 40 ore, dal lunedì al venerdì, nel seguente modo:

- ▲ **mattina:** i contenuti vengono approfonditi attraverso lezioni/discussioni tenute dai docenti;
- ▲ **pomeriggio:** le tematiche vengono applicate attraverso forme di didattica attiva che prevedono il coinvolgimento diretto dei partecipanti.

Il venerdì è dedicato al Corso di **Business English** ed alla presentazione istituzionali delle imprese partner a cura delle HR o manager di linea.

## ESAMI

L'apprendimento dei contenuti di ciascun modulo didattico viene verificato con prove individuali o di gruppo.

## MATERIALE DIDATTICO

Ai partecipanti viene messo a disposizione il materiale didattico necessario per l'apprendimento dei contenuti presentati in aula:

- ▲ **dispense** strutturate ad hoc;
- ▲ **testi e manuali** editi dal Sole 24 ORE e da altre case editrici;
- ▲ **quotidiano Il Sole 24 ORE** distribuito a tutti i partecipanti durante la fase d'aula;
- ▲ riviste di settore del Gruppo24ORE;
- ▲ accesso alle **banche dati** del Sole 24 ORE;
- ▲ accesso alla **biblioteca del CERD dell'Università di Parma**

## IL CORSO DI INGLESE INCLUSO NEL PERCORSO FORMATIVO

Realizzato in collaborazione con



La conoscenza della lingua inglese è un fattore essenziale e imprescindibile per l'ingresso nel mondo del lavoro e, in particolare, per la successiva crescita professionale.

Per questo motivo il Master prevede, all'interno del percorso formativo, un corso intensivo di Inglese. Tenuto da docenti madrelingua, il corso si articola in 60 ore erogate in modo da fornire gli strumenti per affrontare un contesto lavorativo internazionale. I partecipanti avranno modo di imparare a gestire in modo efficace e produttivo meeting, presentazioni, business writing e telephoning e anche:

- ▲ consolidare la base linguistica presente
- ▲ arricchire il vocabolario specifico sulla comunicazione in ambito business
- ▲ predisporre e discutere di materiale in ambito marketing
- ▲ verificare e approfondire case studies fondati su problematiche di marketing management

## SUPPORTI INFORMATICI E

Nell'aula del master e nelle aule di studio sono disponibili postazioni di computer fissi e una rete WIFI per utilizzare il collegamento internet direttamente dal proprio portatile. I supporti informatici sono disponibili anche fuori dagli orari di lezione.

## IL PERCORSO FORMATIVO

TOTALE 120 GIORNATE D'AULA + 120 GIORNATE DI STAGE

### CORSI PROPEDEUTICI:

- ▲ Comportamento organizzativo e team building
- ▲ Microeconomia
- ▲ Budgeting
- ▲ Business Statistics

### MODULI DI STUDIO

1° MODULO:

**Marketing strategico e analisi del contesto competitivo nazionale e internazionale**

2° MODULO

**Marketing operativo: branding, innovazione e gestione del prodotto**

3° MODULO

**Trade marketing e supply chain management**

4° MODULO

**Marketing distributivo**

5° MODULO

**Communication Management**

### LABORATORI

- ▲ **Business Writing & Public Speaking**
- ▲ **Informatica & Web Marketing**
- ▲ **Personal Development**
- ▲ **Analisi Banche date Retail**
- ▲ **Innovazione distributiva**

### SESSIONI IN OUTDOOR

- ▲ **Study Tour in Francia**
- ▲ **Visita allo Store di Eataly**
- ▲ **In-Company Visit**

### BUSINESS GAME

### MARKETING PLAN

### LECTIO MAGISTRALIS

- ▲ **Lezioni tenute da famosi "Capitani d'industria" di imprese leader**

### LO STAGE: UNA PREZIOSA OPPORTUNITÀ DI TRAINING ON THE JOB

Completato il percorso formativo in aula e superate le verifiche periodiche, i partecipanti iniziano uno stage della durata di **sei mesi presso aziende, società di consulenza e agenzie.**

# IL PROGRAMMA

## CORSI PROPEDEUTICI

### COMPORTEMENTO ORGANIZZATIVO E TEAM BUILDING

Coordinatore modulo

**Massimiliano Santoro**

**Gruppo Prospecta**

- ▲ Strumenti e attività di conoscenza e socializzazione
- ▲ Processi di autoanalisi
- ▲ Dinamiche e conduzione del gruppo
- ▲ Definizione del patto formativo

### MICROECONOMIA

Coordinatore modulo

**Edoardo Sabbadin**

**Università di Parma**

- ▲ Introduzione alla teoria economica dei mercati
- ▲ Struttura, condotta e performance nei settori industriali
- ▲ Concentrazione, barriere all'entrata ed economie di scala
- ▲ Teorie dell'impresa: evoluzione dei modelli organizzativi e di management

Group work: Studio di settore

## BUDGETING

Coordinatore modulo

**Pierluigi Marchini**

**Università di Parma**

- ▲ Voci del conto economico
- ▲ Sistemi di budgeting
- ▲ Valutazione e determinazione dei costi

Project work: elaborazione e stesura di un budget

## BUSINESS STATISTICS

Coordinatore modulo

**Marco Riani**

**Università di Parma**

- ▲ Analisi esplorative univariate, bivariate e multivariate
- ▲ Modelli di regressione lineare multipla
- ▲ Riduzione delle dimensioni
- ▲ Cluster analysis per la segmentazione ed il posizionamento

## I MODULI DI STUDIO

### MODULO 1

### MARKETING STRATEGICO E ANALISI DEL CONTESTO COMPETITIVO NAZIONALE ED INTERNAZIONALE

#### STRATEGIC MARKETING

Coordinatore modulo

**Andrea Bartolozzi**

**Centrale del Latte di Brescia SpA**

- ▲ Dalla strategia competitiva alle politiche di marketing
- ▲ Segmentazione del mercato e posizionamento competitivo
- ▲ Politiche di targeting
- ▲ Analisi di casi aziendali di successo

#### INTERNATIONAL MARKETING

Coordinatore modulo

**Giuseppe Bertoli**

**Università di Brescia**

- ▲ I fattori di globalizzazione dei settori e dei mercati
- ▲ La selezione dei Paesi e la valutazione dell'attrattività dei mercati esteri
- ▲ La teoria di presenza e le alleanze nei mercati internazionali

#### CONSUMER ANALYSIS

Coordinatore modulo

**Daniele Scarpi**

**Università di Bologna**

- ▲ I nuovi trend del consumo e le nuove direzioni delle ricerche di mercato
- ▲ La scelta di consumo: razionalità, emozioni e relazioni

## MODULO 2 MARKETING OPERATIVO: BRANDING, INNOVAZIONE E GESTIONE DEL PRODOTTO

### RICERCHE DI MERCATO E ANALISI COMPETITIVE DI MARKETING

Coordinatore modulo

*Sabrina Latusi*

*Università di Parma*

- ▲ Definizione dei problemi di ricerca e redazione di un progetto di ricerca
- ▲ Fonti informative per le Strategie di Segmentazione e Posizionamento
- ▲ Informazioni su domanda, prodotti e mercati

Project work: il consumer panel

Seminario di approfondimento:  
il neuromarketing - studio dei  
comportamenti e decisioni del  
consumatore

In collaborazione con



### BRANDING

Coordinatore modulo

*Norman Larocca*

*Università Vita-Salute*

*San Raffaele di Milano*

- ▲ Il valore della marca: awareness, fedeltà ed astrazione della relazione
- ▲ I processi ed i driver dello sviluppo
- ▲ Le strategie e gli strumenti di sviluppo della brand identity

## INNOVAZIONE, CREATIVITÀ E PRODUCT MANAGEMENT

Coordinatore modulo

*Alessandro Gandolfo*

*Università di Pisa*

- ▲ Attualità e rilevanza del fenomeno innovativo
- ▲ Riconoscere, misurare e valutare l'innovazione
- ▲ Innovazione e sforzo creativo
- ▲ Condizioni per favorire e controllare la creatività
- ▲ Come portare con successo l'innovazione sul mercato

Team work: come portare  
l'innovazione sul mercato

## PRICING INDUSTRIALE

Coordinatore modulo

*Ivano Dolciotti*

*Consulente settore marketing*

## MODULO 3 TRADE MARKETING E SUPPLY CHAIN MANAGEMENT

### TRADE MARKETING

Coordinatore modulo

*Edoardo Fornari*

*Università degli Studi di Parma*

- ▲ Il quadro competitivo della distribuzione internazionale
- ▲ Ambiti nazionali e strategie di sviluppo
- ▲ L'articolazione dei canali e le variabili di servizio

- ▲ La modificazione dei rapporti di canale nel largo consumo: la prospettiva industriale e quella commerciale

## SALES MANAGEMENT

Coordinatore modulo

*Roberto Rossi*

*Refresco Italy*

- ▲ Le politiche di vendita e i processi negoziali
- ▲ La gestione delle risorse di vendita
- ▲ La preparazione del piano di vendita
- ▲ I sistemi premianti
- ▲ I processi negoziali

Laboratorio: simulazione sui metodi  
di vendita realizzata con il supporto  
di manager aziendali

## GESTIONE OPERATIVA E LOGISTICA

Coordinatore modulo

*Rossana Salati*

*Logisticsconsulting*

- ▲ Logistica delle imprese industriali e commerciali
- ▲ Imprese e sistemi di logistica integrata
- ▲ La gestione del servizio commerciale
- ▲ Supply Chain Management e Quick Response

## MODULO 4 MARKETING DISTRIBUTIVO

### RETAIL MARKETING Coordinatore modulo *Guido Cristini*

*Università degli Studi di Parma*

- ▲ Innovazione e sviluppo dei format di vendita
- ▲ Formazione dei prezzi
- ▲ Le politiche di marca privata
- ▲ La gestione per categorie

Group work: Determinazione del pricing commerciale  
Group work: Realizzazione e presentazione di un Category Plan

### MARKETING ESPERIENZIALE E VISUAL MERCHANDISING

Coordinatore modulo  
*Mariagrazia Cardinali*  
*Università degli Studi di Parma*

- ▲ Le strategie di comunicazione in punto vendita
- ▲ Le politiche della qualità
- ▲ I modelli innovativi di "in store formats"
- ▲ Visual merchandising
- ▲ Regole empiriche di allocazione dello spazio espositivo alle marche

Sessione in outdoor: visita a format innovativi

## DATABASE MARKETING

Coordinatore modulo  
*Cristina Ziliani*  
*Università degli Studi di Parma*

- ▲ Dal Marketing di massa al marketing interattivo
- ▲ Strategie integrate tra mass marketing e database marketing
- ▲ Database marketing e piano strategico
- ▲ Impatto strategico di Internet e sviluppo di una strategia di Internet marketing

Group work: Costruire una promozione targettizzata.

## MODULO 5 COMMUNICATION MANAGEMENT

### TECNICHE DELLA COMUNICAZIONE PUBBLICITARIA

Coordinatore modulo  
*Oswaldo Adinolfi*  
*Edelman*

- ▲ Introduzione alla comunicazione
- ▲ Costruzione del piano di comunicazione
- ▲ Regole del linguaggio e delle immagini
- ▲ Le basi della creatività

## DIGITAL & SOCIAL MEDIA MARKETING

Coordinatore modulo  
*Francesca Negri*  
*Università degli Studi di Parma*

- ▲ Analisi dello scenario online: the new digital customer journey
- ▲ I protagonisti e i loro Business Model
- ▲ La strategia Digital: pianificazione strategica, integrazione, tool e KPI
- ▲ Seo e Sem
- ▲ Social Media Marketing
- ▲ Il piano editoriale: content is king
- ▲ Reputation management

### MEDIA PLANNING Coordinatore modulo

*Roberto Binaghi*  
*Mindshare*

- ▲ La comunicazione integrata
- ▲ La creazione dello spot
- ▲ Analisi tecnica del messaggio
- ▲ Misurazione dell'efficacia

### PHYSICAL BRAND DESIGN

Coordinatore modulo  
*Massimo Fabbro*  
*Dinn!*

- ▲ I fondamenti di physical brand design
- ▲ La semantica dei luoghi
- ▲ La modellistica a supporto e la creazione di valore per l'utente

In collaborazione con **DINN!**

## LABORATORI E SESSIONI OPERATIVE

Tramite l'approccio attivo (simulazioni, brevi role-playing con discussione e feedback) i laboratori costituiscono importanti momenti di approfondimento e implementazione operative di quanto appreso durante i mesi in aula.

### BUSINESS WRITING & PUBLIC SPEAKING

Laboratori sviluppati per apprendere le tecniche più mirate per una comunicazione efficace: come definire gli obiettivi e gli stili della comunicazione, la struttura di un discorso e della scrittura aziendale; come preparare un discorso manageriale attraverso un approccio applicativo dei supporti alla presentazione in pubblico, del linguaggio verbale e non verbale, delle tecniche di ascolto e comprensione degli interlocutori e della gestione del pubblico.



### INFORMATICA E WEB MARKETING

Approfondimento e utilizzo pratico delle nuove tecnologie al fine di incrementare l'efficacia della relazione per ottenere risultati con budget limitati.

### LABORATORIO DI PERSONAL DEVELOPMENT

Percorsi di coaching e orientamento al lavoro per supportare i partecipanti alla realizzazione del bilancio delle competenze personali finalizzato all'individuazione del proprio percorso di carriera e alla preparazione ai processi di assessment e ai colloqui di selezione.

### ANALISI BANCHE DATE RETAIL

Esercitazione sull'utilizzo delle banche dati: tools e modalità di utilizzo sul mercato retail  
Svolto in collaborazione con



### INNOVAZIONE DISTRIBUTIVA

Analisi ed esercitazioni di innovazione nel format del retailing: comunicazione visiva, merchandising e valorizzazione dei nuovi servizi offerti.

### STUDY TOUR IN FRANCIA

Visita presso store format della GDO in un paese estero della Comunità Europea e rilevazione diretta sul punto vendita degli elementi di eccellenza delle insegne che si contraddistinguono per innovazione e qualità del servizio

### VISITA ALLO STORE DI EATALY

I partecipanti verranno accompagnati in tour all'interno di uno store di Eataly per una lezione sul campo. Attraverso l'esperienza in outdoor avranno la possibilità di conoscere la filosofia del mondo Eataly e le strategie di marketing che lo caratterizzano.

## IN-COMPANY VISIT

Alcuni dei temi saranno sviluppati nelle sedi delle aziende partner in giornate appositamente costruite attraverso role play promossi dal management aziendale. In collaborazione con



Pernod Ricard Italia



## BUSINESS GAME

Gli studenti del Master partecipano ogni anno ad importanti business game promossi da aziende internazionali o multinazionali: nella precedente edizione Henkel e Società Italiana di Marketing, qualificandosi ai primi posti.

## MARKETING PLAN

I partecipanti inoltre realizzano un Marketing Plan sulla base della case history che annualmente viene promossa a livello nazionale dalla Società Italiana di Marketing. I brief dei marketing plan degli ultimi sono stati elaborati rispettivamente da: Rai, Wind, WWF, FAI, Enel drive, INA Assitalia e Star-Sogni D'Oro, Friuli Venezia Giulia.

Per la quindicesima Edizione del Master il piano di marketing proposto è stato il caso "Dop & co – Un valore da diffondere" sponsorizzato da Banca Intesa-San Paolo.

Il gruppo vincitore parteciperà al challenge finale nell'ambito del Convegno Nazionale SIM (edizione 2016).



Società Italiana  
Marketing

## LECTIO MAGISTRALIS

Lezioni tenute da riconosciuti capitani d'industria di imprese italiane che si sono contraddistinte nel corso degli anni per innovazione, qualità e capacità di creare valore. Nel corso delle precedenti edizioni sono stati insigniti del Sigillo dell'Università degli Studi di Parma:

- ▲ Famiglia Barilla - Barilla G. e R. Fratelli S.p.A.
- ▲ Alberto Bauli - Presidente Bauli
- ▲ Niccolò Branca - Presidente Distillerie Branca
- ▲ Antonio Bulgheroni - Presidente Lindt & Sprüngli Italia
- ▲ Alberto Chiesi - Presidente Chiesi Farmaceutici
- ▲ Vito Gulli - Presidente Generale Conserve SpA
- ▲ Andrea Illy - Presidente Illy Caffè
- ▲ Giuseppe Lavazza - Vice Presidente Lavazza SpA
- ▲ Giuseppe Miroglio - Presidente Gruppo Miroglio
- ▲ Francesco Mutti - Amministratore Delegato Mutti - Industria Conserve Alimentari
- ▲ Pietro Negra - Presidente Pinko
- ▲ Debora Paglieri - Amministratore Delegato Paglieri SpA
- ▲ Mario Preve - Presidente Riso Gallo
- ▲ Marco Rosi - Presidente Parmacotto
- ▲ Aldo Sutter - Presidente Gruppo Sutter
- ▲ Arturo Ziliani - Amministratore Delegato Guido Berlucchi & c. SpA
- ▲ Oswald Zuegg - Presidente Zuegg SpA

## LO STAGE: UNA PREZIOSA OPPORTUNITÀ DI TRAINING ON THE JOB

### ORIENTAMENTO

Nel corso dei mesi d'aula e attraverso **colloqui individuali con lo staff**, ciascun partecipante viene supportato nell'individuazione delle proprie capacità e opportunità di carriera. L'attività di orientamento serve infatti anche a supportare i partecipanti nell'affrontare con maturità e consapevolezza i colloqui di selezione agli stage.

A tal fine è previsto il laboratorio manageriale volto ad analizzare tutto il processo di assessment.

Coordinatore didattico e Tutor affiancano il partecipante anche durante il periodo di stage.

### TRAINING ON THE JOB

Lo stage è un importante valore aggiunto del Master in quanto permette di passare alla complessità del mondo del lavoro con solidi strumenti professionali. Rappresenta quindi non solo un'importante opportunità di continuare la propria formazione

con una significativa esperienza di training-on-the job, ma anche un **accesso privilegiato al mondo del lavoro** reso possibile dal network di contatti con le imprese attivati dal Master.

Durante lo di stage i partecipanti sviluppano un project work – incentrato su un tema di marketing oggetto dell'attività lavorativa in azienda – che in seguito presentano ad una commissione composta da docenti e manager.



## FACULTY

Il Master si avvale di diversi organismi di indirizzo e coordinamento che consentono alla Direzione di finalizzare la progettazione della didattica, con l'obiettivo di rispondere al meglio in termini di competenze e capacità alle indicazioni delle direzioni marketing delle imprese partner.

### COMITATO SCIENTIFICO

Il Comitato Scientifico è costituito da accademici di marketing di alcune tra le più prestigiose Università italiane. Compito prioritario del Comitato è quello di supervisionare l'impianto progettuale delle diverse aree disciplinari in cui è articolato il percorso didattico.

#### **Riccardo Varaldo**

Scuola Superiore S. Anna di Pisa  
Presidente

#### **Giancarlo Ferrero**

Università degli Studi di Urbino

#### **Renato Fiocca**

Università Cattolica del Sacro Cuore

#### **Marco Frey**

Scuola Superiore S. Anna di Pisa

#### **Riccardo Lanzara**

Università degli Studi di Pisa

#### **Gianpiero Lugli**

Università degli Studi di Parma

#### **Luca Pellegrini**

Università IULM di Milano

#### **Enrico Valdani**

Università L. Bocconi di Milano

### COMITATO DEI GARANTI

Il Comitato dei Garanti è composto da top manager di imprese industriali e commerciali leader operanti all'interno del mercato del largo consumo. Compito del Comitato è quello di assicurare un costante interscambio di esperienze tra business community e Faculty accademica al fine di definire orientamenti formativi volti a favorire l'inserimento dei giovani all'interno delle funzioni di marketing e trade marketing.

#### **Giacomo Archi**

Henkel

#### **Giuseppe Brambilla di Civesio**

Carrefour

#### **Valerio Di Natale**

Mondelēz International

#### **Riccardo Francioni**

Selex

#### **Gino Lugli**

Ferrero

#### **Mario Maiocchi**

Mondadori

#### **Marco Pedroni**

Coop Italia

#### **Aldo Sutter**

Sutter

#### **Antonio Vanoli**

Parmalat

#### **Sotiris Yannopoulos**

Coca Cola HBC

### STEERING COMMITTEE AZIENDALE

Lo Steering Committee Aziendale, presieduto dal Direttore del Master, è composto da manager di imprese industriali, commerciali e di servizi. Tra i principali compiti assegnati al Comitato, quello di favorire il coinvolgimento del management nella didattica, la ricerca dei tutor aziendali da affiancare ai partecipanti durante i Field Project, nonché l'individuazione dei profili ricercati per l'inserimento in stage.

#### **Cristina Danelatos**

Coca-Cola HBC Italia

**Laura Bettazzoli**

Bonduelle

**Simona Carnabuci**

Samsung

**Stefania Conti**

Coop Italia

**Carlo Delmenico**

SMA Supermercati

**Emma Forcucci**

Microsoft

**Marino D'Ascenzo**

Fater

**Paola Moretti**

Unilever

**Andrea Nasi**

Mondelēz International

**Giorgio Santambrogio**

Gruppo Vègè

**Erika Boezio**

Nestlé

**Francesca Stefanini**

Henkel

**Pamela Mirra**

Pernod

**DOCENTI****Osvaldo Adinolfi**

Senior Vice President Marketing  
and Creative Director  
Edelman

**Flavio Altissimo**

Founder  
Teambuilding Italia S.a.s.

**Andrea Bartolozzi**

Direttore Generale e Commerciale  
Centrale del Latte di Brescia SpA

**Giuseppe Bertoli**

Professore Ordinario di Imprese  
e mercati internazionali  
Università di Brescia

**Roberto Binaghi**

CEO Mindshare

**Roberto Bucaneve**

Direttore Centro Studi  
Centromarca

**Maria Grazia Cardinali**

Professore Associato  
di Marketing Strategico  
Università degli Studi di Parma

**Guido Cristini**

Professore Ordinario di Marketing  
Università degli Studi di Parma

**Ivano Dolciotti**

Consulente e formatore  
nel settore marketing

**Massimo Fabbro**

Chairman and founder  
Dinn!

**Edoardo Fornari**

Professore Associato di Retail Branding  
Università degli Studi di Parma

**Alessandro Gandolfo**

Professore Associato confermato  
di Analisi e ricerche di marketing  
Università degli Studi di Pisa

**Norman Larocca**

Professore a contratto  
di Comunicazione d'impresa  
Università San Raffaele Vita-Salute  
Milano

**Sabrina Latusi**

Ricercatrice di Marketing distributivo  
Università degli Studi di Parma

**Umberto Luciani**

Founder Morpheus

**Luigi Mansani**

Professore ordinario  
di Diritto commerciale  
Università degli Studi di Parma

**Pierluigi Marchini**

Professore Associato di International Accounting and governance  
Università degli Studi di Parma

**Franca Miani**

Professore Ordinario  
di Marketing territoriale  
Università degli Studi di Parma

**Francesca Negri**

Ricercatrice di Social media marketing  
Università degli Studi di Parma

**Chiara Orsingher**

Professore associato di Consumer behaviour e comunicazione d'impresa  
Università di Bologna

**Cristina Pisani**

Consulente Aziendale  
Area Visual Merchandising  
Dmediacommerce S.p.A

**Marco Riani**

Professore Ordinario di Statistica  
Università degli Studi di Parma

**Roberto Rossi**

Direttore commerciale  
Refresco Italy

**Luigi Rubinelli**

Direttore responsabile  
Retail Watch

**Edoardo Sabbadin**

Professore Associato di Economia e gestione delle imprese  
Università degli Studi di Parma

**Rossana Salati**

Consulente  
Logisticconsulting

**Massimiliano Santoro**

Presidente  
Gruppo Prospecta srl

**Daniele Scarpi**

Professore Associato di marketing e consumer Behaviour  
Università di Bologna

**Cristina Ziliani**

Professore Associato di Database e internet marketing  
Università degli Studi di Parma

**TESTIMONI****Gianandrea Abbate**

Founder  
Emotional Marketing

**Davide Andreoli**

Marketing Manager  
Parmalat

**Moreno Batani**

Direttore Risorse Umane  
Conad

**Guerrino Beccacece**

Direttore Marketing  
Mutti SpA

**Alberto Bossi**

In Store Sales Account Manager  
Henkel

**Massimo Bragotto**

Direttore commerciale  
La Linea Verde  
Dimmidisi

**Stefano Cattaneo**

Marketing and Trade Marketing Director  
Bel Italia

**Maurizio Chirieleison**

Direttore commerciale  
Fater

**Gianluca Cinti**

Manager  
Partners

**Alessandro Colombo**

Head of Market Research  
and Business Development  
Bayer Healthcare

**Gianpaolo Costantino**

Business Solution Director  
IRI – Information Resources Srl

**Giuseppe Cuffaro**

Direttore Logistica  
Coop Italia

**Pier Damiano D'Ignazio**

General export manager  
Gazzotti SpA

**Roberto Di Nicola**

Marketing Manager Oral Care & OTC/  
Nutritional  
Johnson & Johnson SpA

**Vladimir Dukcevic**

Presidente Consorzio Tutela Prosciutto  
di San Daniele

**Monica Fabris**

Responsabile dell'Area Qualitativa  
di GPF & Associati  
Episteme

**Massimo Ferrari**

Sales Manager  
BDF-Beiersdorf

**Ivo Ferrario**

Direttore Relazioni esterne  
Centromarca

**Mariano Fioretti**

Brand Manager Vanish - Calgon  
Reckitt Benckiser

**Emma Forcucci**

Talent Acquisition Lead  
Microsoft

**Vincenzo Freni**

Founder & Chief Executive Officer  
Freni Ricerche di Marketing Sas

**Francesco Gallucci**

Direttore del laboratorio di neuroscienze  
GTecnology

**Luca Gasparini**

Head of Multichannel banking  
Gruppo BPM

**Valeria Ghirardi**

HR Director - L'Oréal Luxe Division  
& Active Cosmetic Division  
L'Oreal

**Claudio Giordani**

Strategy and marketing  
operations manager  
Google

**Sabino Gravina**

Direttore Marketing e Strategie Italia  
Beretta Group

**Carlo Guglielmi**

Comunication & Marketing Director  
FontanArte

**Paolo Lattuada**

Direttore commerciale  
Henkel

**Francesco Licata**

Trade Marketing Specialist  
Consodata

**Marco Luciani**

Trade Marketing Director  
Grandi Salumifici Italiani

**Corradino Marconi**

Presidente Consorzio  
Tutela Mortadella di Bologna IGP

**Gilda Morelli**

Corporate Social Responsibility  
Telecom Italia

**Maurizio Moscatelli**

Direttore commerciale  
Parmareggio

**Roberto Nanni**

Responsabile prodotto a marchio  
Coop Italia

**Gianpiero Negri**

Studio Negri

**Giovanni Panzeri**

Group category manager  
& private label  
Conad

**Anja Pascolo**

Rubelli SpA

**Mario Passetti**

Customer Value  
manager inbound channels  
Vodafone

**Matteo Pauri**

Vice President Marketing  
Barilla

**Paolo Passoni**

Senior International Brand Manager  
presso Sanpellegrino Spa  
Nestlé Waters

**Fabrizio Pellegrini**

Trade Marketing Director  
Barilla

**Sara Ranzini**

Corporate identity public affairs  
and communications director  
Coca Cola Bevande

**Daniel Rigamonti**

Trade marketing manager  
& Bel Italia SpA  
Leerdammer

**Henry Sichel**

Founder & General manager  
Caffeina

**Roberto Sofia**

Regional Team Manager  
Danone

**Tiziano Tassi**

Founder & Managing director  
Caffeina

**Giuseppe Terranova**

Category project manager  
Barilla

**Paolo Torchetti**

Presidente  
Brand Portal

**Daniele Zaccaria**

Department manager  
Gfk-Eurisko

**Paolo Zani**

Partner  
Sita Ricerca

**Gianluca Zedda**

National Field Manager  
Henkel

**Gianluigi Zenti**

Executive Director  
Academia Barilla

**LA STRUTTURA ORGANIZZATIVA  
DEL MASTER****UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PARMA****Guido Cristini**

*Direttore Scientifico*

**Enza Odorisio**

*Coordinatore Operativo e Responsabile  
dei Rapporti con le Imprese*

**Elena Marenghi**

*Tutor Aula*

**BUSINESS SCHOOL DEL SOLE 24 ORE****Antonella Rossi**

*Direttore*

*Il Sole 24 ORE Formazione ed Eventi*

**Adelaide Boffa**

*Responsabile Marketing*

**Alessandra Enria**

*Product Manager*

**Silvia Cannoni**

*Senior Project Consultant*

**Fabiana Andreani**

*Coordinamento e selezioni*

## 24ORE CLUB ALUMNI



Frequentare un master alla Business School del Sole 24 ORE significa avere l'opportunità di entrare a far parte di un network esclusivo di diplomati: Club Alumni24 è il progetto del Gruppo 24 ORE riservato ai diplomati ai Master che consente, attraverso un tesseramento, di avere accesso a un sistema esclusivo di vantaggi:

### OPPORTUNITÀ DI CARRIERA

Per i Soci del Club Alumni24 la possibilità di accedere alla bacheca delle opportunità di carriera ed entrare in contatto con le aziende partner della Business School.

### LIBRARY ROOM

Un archivio digitale di prestigio organizzato per aree tematiche che permette di accedere a documenti di approfondimento dei Master, Progetti in aula e video interviste realizzate dalla Business School a testimonial d'eccellenza.

### BLOG TEMATICI

Un'area di conversazione e dibattito tra gli esperti del Sole 24 ORE e i diplomati; un confronto diretto per affrontare sia temi di attualità che approfondimenti legati alle aree di specializzazione.

### COLLABORARE CON LA BUSINESS SCHOOL

La possibilità di collaborare con la Business School del Sole 24 ORE come Partner, Docente o Tutor in aula.

### LIFELONG LEARNING

Garanzia di aggiornamento professionale: 10 corsi on line gratuiti all'anno e per i professionisti 20 crediti formativi.

### MEET THE LEADER

Un calendario annuale ricco di incontri: ogni mese dibattiti su temi di attualità con i giornalisti e gli Esperti del Sole 24 ORE.

### ENTRA NEL SISTEMA SOLE 24 ORE

Solo per i soci tesserati del Club sconti unici dal 15 al 30% sui prodotti anche digitali del Gruppo Sole 24 ORE.

### EVENTI SPORTIVI

Un calendario di appuntamenti sportivi a Milano e Roma.

### EVENTO ANNUALE E PREMIO BEST CAREER

Ogni anno la Business School organizza un grande evento riservato ai diplomati, con un momento speciale: il premio Best Career. Una giuria presieduta dal Direttore del Sole 24 ORE premierà i migliori progetti imprenditoriali e professionali.

**Per candidarsi al premio 2015**  
[www.alumni24.ilssole24ore.com](http://www.alumni24.ilssole24ore.com)

**CLUB ALUMNI24:  
ENTRA NEL NETWORK**

**SHARE  
YOUR EXPERIENCE**

**OLTRE 7.500 DIPLOMATI**

## DICONO DI NOI

### Le testimonianze di alcuni partecipanti alle precedenti edizioni

Il Master in Marketing Management si è rivelata una preziosa esperienza che mi ha arricchito sia da un punto di vista personale che professionale. Ritengo che il punto di forza di questo Master sia quello di unire il network professionale con l'eccellenza accademica, sia nel campo del marketing che in quello della distribuzione moderna. La presenza di professori e manager d'azienda di grande esperienza ed il sistema didattico efficace mi hanno permesso di acquisire conoscenze e capacità indispensabili per il mio percorso di carriera."

**Roberto Di Nicola**

*Terza Edizione  
Marketing Manager Oral Care & OTC/  
Nutritional  
Johnson & Johnson SpA*

Strumenti tangibili, casi concreti e metodologie pratiche, sono gli elementi che hanno contraddistinto un anno all'insegna della formazione. Tutto questo mi ha permesso di capire che imparare è un'esperienza, tutto il resto è solo informazione. È stata una vera e propria scuola di vita, una palestra, la porta da cui ho potuto incominciare un percorso professionale che oggi, ancora mi fa guardare indietro con grande stima per le persone incontrate e affetto per gli amici conosciuti.

**Claudia Cassinari**

*Quinta Edizione  
Group Brand Manager  
Manetti & Roberts*

Una tappa importante nella mia preparazione, grazie a un percorso formativo ben disegnato, con metodologie pratiche e case history che hanno permesso di sviluppare le mie competenze e presentarmi sul mercato più preparato. Grazie alla reputazione del Master presso le grandi aziende, l'approccio al mondo del lavoro è stato dunque più facile, procurandomi un'opportunità di stage. Sicuramente la migliore tra le scelte che potessi fare.

**Andrea Baruffaldi**

*Settima Edizione  
Trade Marketing Product Manager -  
Soft Bread  
Barilla*

L'esperienza del Master è stata per me determinante nel maturare la giusta preparazione per il passaggio dal mondo dell'Università a quello del lavoro. Il valore aggiunto di questa esperienza sta nel taglio pratico dato all'insegnamento. Questo mi ha permesso di trovarmi preparata nelle fasi di colloqui con le aziende e di affrontare in maniera serena e consapevole lo stage in una prestigiosa Multinazionale.

Ulteriore valore aggiunto del Master è il fondamentale Network di conoscenze che si costruiscono attraverso le testimonianze aziendali, i manager che tengono le lezioni, i contatti che il Master ha con le aziende e infine i "compagni di avventura" che un giorno saranno vostri sostenitori nelle aziende più prestigiose.

Se tornassi indietro, non avrei dubbi nel ripetere questa bellissima e fondamentale esperienza di crescita umana e professionale.

**Giulia Maestri**

*Quattordicesima Edizione  
Brand Manager (Santàl)  
Parmalat*

Il Master rimane sicuramente il miglior modo in cui avrei potuto concludere il mio percorso formativo.

La crisi economica degli ultimi anni ha bruciato molte opportunità lavorative e reso il mercato del lavoro più selettivo ed esigente; in questo contesto il Master rappresenta un'ottima soluzione per presentarsi al mercato del lavoro con una preparazione completa e dettagliata. Nei sei mesi a Parma ho potuto trattare una moltitudine di argomenti e casi aziendali alternati con l'esperienza di chi, da 15 anni, costruisce un prodotto formativo di altissimo livello; ho avuto modo di ascoltare importanti Docenti, Manager ed Imprenditori; ho avuto modo di mettermi in gioco dibattendo quotidianamente con compagni e docenti, valorizzando la mia capacità di problem solving ed infine ho avuto modo di entrare nel mondo del lavoro grazie all'aiuto costante e preparato della coordinatrice e della tutor, che mi hanno guidato nella conclusione del mio percorso formativo e nell'inizio di quello professionale.

**Luca Ori**

*Quattordicesima Edizione  
In Store Sales Account  
Henkel Italia S.r.l.*



## INFORMAZIONI

### CANDIDATI

Giovani **laureati** e **laureandi** in discipline socio-economiche, umanistiche e giuridiche con spiccate attitudini di natura cognitiva, relazionale e di problem solving.

### DURATA E ORARIO DELLE LEZIONI

Il Master ha una durata complessiva di **12 mesi** (6 di aula e 6 di stage) con inizio il **26 ottobre 2015**.

Orari delle lezioni:

- ▲ dal lunedì al venerdì dalle 9.00 alle 18.00.

Nel corso della giornata sono previsti tre intervalli.

### SEDE DEL MASTER

Campus Università degli Studi di Parma  
Centro S. Elisabetta  
Parco Area delle Scienze  
43124 - Parma  
www.mastermm.it  
www.bs.ilsole24ore.com

*Lo staff del Master fornisce ai partecipanti informazioni a supporto della ricerca di soluzioni abitative per il periodo di permanenza a Parma.*

### SEGRETERIA ORGANIZZATIVA

#### Il Sole 24 ORE Business School ed Eventi

Via Monte Rosa, 91 - Milano  
Tel. 02 (06) 3022. 3247/ 3811  
Fax 02 (06) 3022.4462  
business.school@ilsole24ore.com  
www.bs.ilsole24ore.com

### CREDITI FORMATIVI

Al conseguimento del Diploma è previsto il riconoscimento fino a un massimo di **38 crediti formativi** per l'iscrizione alla laurea magistrale in Trade Marketing e Strategie Commerciali presso l'Università degli Studi di Parma.

### MODALITÀ DI AMMISSIONE E PROCESSO DI SELEZIONE

Il Master è a numero chiuso e prevede un processo di selezione finalizzato a valutare le competenze tecniche acquisite durante gli studi, le attitudini individuali e la motivazione dei candidati. Il processo di selezione si articola in 2 fasi:

- ▲ screening e analisi della domanda di ammissione e del CV;
- ▲ prove scritte e colloquio motivazionale.

Per iniziare il processo di selezione è necessario **compilare la domanda di ammissione on line** sul sito della Business School del Sole 24 ORE, nella sezione dedicata al Master, allegando i seguenti documenti:

- ▲ Curriculum vitae
- ▲ Certificato di laurea con dettaglio degli esami e votazione
- ▲ foto tessera

Domande di ammissione, date di selezione e aggiornamenti sono disponibili sul sito:

www.bs.ilsole24ore.com

*Nel corso della giornata di selezione è possibile incontrare lo staff della Business School e dell'Università di Parma, alcuni Docenti e Diplomati alle precedenti edizioni, assistere alla presentazione dettagliata del percorso e sostenere le prove scritte e il colloquio.*

Le selezioni terranno conto dei seguenti fattori:

- ▲ risultati delle prove scritte e del colloquio motivazionale
- ▲ titolo di studio e votazione
- ▲ conoscenza delle lingue straniere
- ▲ eventuale esperienza di lavoro

Il termine per chi intende candidarsi all'assegnazione delle **borse di studio** è il **17 luglio 2015**.

*Si terrà conto della data di invio della domanda di ammissione per la convocazione alle diverse sessioni di selezione.*

Domande di ammissione, date di selezione e **aggiornamenti** sono disponibili sul sito:  
**www.bs.ilsole24ore.com**

### QUOTA DI PARTECIPAZIONE

La quota di partecipazione è di € 14.000 (esente IVA) comprensiva di tutto il materiale didattico.

**È rateizzabile in tre soluzioni:**

- ▲ € 5.000 al momento dell'iscrizione,
- ▲ € 5.000 entro il 27 novembre 2015
- ▲ € 4.000 entro il 1 febbraio 2016.

### BORSE DI STUDIO

Come tradizione del Master importanti aziende ed enti mettono a disposizione dei partecipanti **borse di studio** a copertura parziale o totale della quota di iscrizione, per sostenere i candidati più meritevoli.

Per candidarsi è necessario compilare la voce "Richiesta di Borse di Studio" nella domanda di ammissione on line sul sito della Business School del Sole 24 ORE, allegando i documenti richiesti **entro il 17 luglio 2015**.

L'assegnazione delle borse di studio avverrà sulla base dei seguenti criteri:

- ▲ Esito delle selezioni
- ▲ Votazione di laurea uguale o superiore a 105/110 (o a 95/100)
- ▲ Conoscenza delle lingue straniere
- ▲ Eventuale esperienza professionale
- ▲ Situazione economico-finanziaria del candidato

Si segnala, inoltre, che alcune Regioni o enti territoriali bandiscono annualmente un concorso per l'assegnazione di borse di studio ai propri residenti per favorire la frequenza di corsi post-universitari. La Business School del Sole 24ORE è ente accreditato presso la Regione Lombardia e associato ASFOR e quindi in linea con i requisiti richiesti da molti bandi regionali per l'assegnazione di Borse di Studio.

Per queste borse si consiglia di contattare direttamente gli uffici regionali preposti.

### FINANZIAMENTI

Al fine di sostenere i partecipanti nella copertura della quota del Master, la Business School ha stipulato una convenzione con Banca Sella che permette la concessione di prestiti bancari a tasso agevolato, ottenibili senza presentazione di garanzie reali o personali di terzi, con pagamento della prima rata dopo 6 mesi dalla fine del Master.

I dettagli sono disponibili sul sito della Business School del Sole 24 ORE.

 **BANCA SELLA**

### MODALITÀ DI PAGAMENTO

Il pagamento può essere effettuato tramite:

- ▲ **Bonifico bancario**, indicando la causale  
**16° Master Marketing Management 2015 - LA7385** - da effettuarsi a favore dell'Università degli Studi di Parma Coordinate Bancarie:  
Banca Popolare di Sondrio  
IBAN IT09 L 05696 12700  
000025302X40

# 24 ORE BUSINESS SCHOOL: DA STUDENTE A PROFESSIONISTA.

MASTER PER GIOVANI LAUREATI  
EDIZIONI 2015

AVVIA IL TUO PERCORSO DI CARRIERA CON GLI ESPERTI DEL SOLE 24 ORE



## MASTER FULL TIME CON DIPLOMA - AULA E STAGE

### Economia e Finanza

#### CORPORATE FINANCE & BANKING

Milano, dal 18 maggio - 16ª Edizione

### Marketing, Comunicazione, Digital & Sales

#### MARKETING COMUNICAZIONE E DIGITAL STRATEGY

Milano, dal 18 maggio - 23ª Edizione

Roma, dal 21 ottobre - 24ª Edizione

#### COMUNICAZIONE, PUBLIC AFFAIRS E RELAZIONI INTERNAZIONALI

Roma, dal 25 maggio - 6ª Edizione

#### DIGITAL PROFESSIONAL SCHOOL:

#### DALLA PROGETTAZIONE DEI SITI ALLA SOCIAL MEDIA STRATEGY

Milano, dal 27 maggio - 1ª Edizione

#### MARKETING MANAGEMENT

Parma, dal 26 ottobre - 16ª Edizione

#### RETAIL MANAGEMENT & CONSUMER MARKETING

Milano, dal 26 ottobre - 4ª Edizione

#### COMUNICAZIONE E MEDIA DIGITALI

Milano, dal 16 novembre - 17ª Edizione

#### SALES MANAGEMENT

Milano, dal 16 novembre - 2ª Edizione

### Risorse Umane e Gestione d'Impresa

#### HUMAN RESOURCES

Milano, dal 18 maggio - 17ª Edizione

Roma, dal 21 ottobre - 18ª Edizione

#### EXPORT MANAGEMENT E SVILUPPO DI PROGETTI INTERNAZIONALI

Roma, dal 25 maggio - 5ª Edizione

#### GESTIONE E STRATEGIA D'IMPRESA

Milano, dal 16 novembre - 14ª Edizione

#### EXPORT & INTERNATIONAL PROJECT MANAGEMENT

Roma, dal 25 novembre - 1ª Edizione - English language

### Fisco e Legale

#### DIRITTO E IMPRESA

Roma, dal 25 maggio - 23ª Edizione

Milano, dal 16 novembre - 24ª Edizione

#### TRIBUTARIO

Milano, dal 12 ottobre - 21ª Edizione

### Luxury & Fashion

#### LUXURY & FASHION MANAGEMENT

Milano, dal 18 maggio - 5ª Edizione

#### LUXURY MANAGEMENT

Milano, dal 23 novembre - 2ª Edizione - English language

### Arte e Beni Culturali

#### ECONOMIA E MANAGEMENT DELL'ARTE E DEI BENI CULTURALI

Milano, dal 27 maggio - 8ª Edizione

Roma, dal 25 novembre - 9ª Edizione

### Food

#### AGRIBUSINESS & FOOD MANAGEMENT

Parma, dal 21 settembre - 2ª Edizione

#### MANAGEMENT DELL'ENOGASTRONOMIA

Roma, dal 25 novembre - 2ª Edizione

### Master di settore

#### SPORT BUSINESS MANAGEMENT

Roma, dal 22 giugno - 6ª Edizione

Milano, dal 26 ottobre - 7ª Edizione

#### DESIGN MANAGEMENT

Milano, dal 26 ottobre - 4ª Edizione

#### MANAGEMENT DEL SETTORE SANITÀ, PHARMA E BIOMED

Milano, dal 16 novembre - 6ª Edizione

### MASTER PART TIME CON DIPLOMA

#### MANAGEMENT DELLE IMPRESE TURISTICHE

Roma, dal 7 maggio - 6ª Edizione

#### GIORNALISMO POLITICO-ECONOMICO E INFORMAZIONE MULTIMEDIALE

Roma, dall'8 maggio - 6ª Edizione

#### ECONOMIA E MANAGEMENT DELLE ORGANIZZAZIONI NON PROFIT

Roma, dal 22 ottobre - 2ª Edizione

#### COMUNICAZIONE E INFORMAZIONE MULTIMEDIALE

Milano, dal 12 novembre - 7ª Edizione

#### CRIMINOLOGIA E REATI ECONOMICI

Milano, dal 13 novembre - 2ª Edizione

#### MANAGEMENT POLITICO

Roma, dal 26 novembre - 2ª Edizione

Oltre 5.700 DIPLOMATI e 200 BORSE DI STUDIO a disposizione dei migliori candidati. FINANZIAMENTI AGEVOLATI con pagamento della prima rata dopo 6 mesi dalla fine del Master. Farai parte della business community del Gruppo 24 ORE.

Brochure, domanda di ammissione, date di selezione e orientamento [www.bs.ilsole24ore.com](http://www.bs.ilsole24ore.com)



#### Servizio Clienti

tel. 02 (06) 3022.3147/3811/6372/6379

fax 02 (06) 3022.4462/2059/6280

business.school@ilsole24ore.com