

Master in Marketing Mediterraneo

Enti Organizzatori

- “Consorzio Interuniversitario per la Formazione e la Comunicazione – For.Com.
Via Virginio Orsini n° 17°, Roma
- **Progetto didattico di Claudio Rossi**
- “**CFG Servizi s.r.l.**” (organizzazione didattica)
- **Realizzazione del progetto didattico di “IMS – The International Medicine Society”**

Direttivo Docenti

Leonardo Borgese
Giovanni Manganiello
Giovanni Meledandri
Amedeo Pistolese
Claudio Rossi

Direzione Scientifica

Amedeo Pistolese

Direzione e Coordinamento

Didattico

Claudio Rossi

Tutor

Laura Giovannini

Il Master, della durata di un anno, avrà inizio nel mese di novembre 2009 ed avrà termine nel mese di novembre 2010. Il termine per l'iscrizione è il 30 ottobre 2009.

Le lezioni si terranno a Roma una volta al mese il sabato e la domenica, dalle 9,00 alle 13,00 e dalle 14,00 alle 17,00.

Il costo del Master è di € 2.250,00

Orario segreteria:
dal lunedì al venerdì ore 09.00-12.00
tel. 0039.06.9406385
mob. 0039.346.3910987
segreteria.irmanet@gmail.it

Orario segreteria amministrativa:
dal lunedì al venerdì 09.30-13.00/15.00-19.00
tel. 06.3608151
e-mail: amministrazione2@forcom.it

Obiettivi Generali

Obiettivo del Master, della durata annuale, è quello di costruire un profilo professionale innovativo e specificatamente qualificato per inserirsi nello sfruttamento delle potenzialità di mercato offerte dalle risorse geografiche, storiche e culturali dell'area mediterranea, su cui l'Europa punta sempre di più e sempre più velocemente nel contesto della competizione del mercato globale.

Obiettivi Specifici

L'acquisizione di strumenti professionali in grado di valorizzare le peculiarità originali legate alla provenienza mediterranea di beni e servizi, di potenziarne l'immagine e di individuare strategie di commercializzazione che sfruttino il concetto di "mediterraneità" come strumento di forza. A questo scopo il Master offre gli strumenti teorici e operativi per ricercare e valorizzare le diversità e le omogeneità delle produzioni mediterranee, inserire queste ultime in un unico contenitore di immagine, utilizzando questi elementi per analizzare il mercato, individuarne le opportunità economiche e stabilire il loro posizionamento di mercato più indicato.

Destinatari

Il Master è rivolto a laureati e a laureandi, nonché ad operatori economici interessati a svolgere operazioni marketing oriented nei settori del turismo, della cultura e agroalimentare. La direzione didattica si riserva inoltre la possibilità di accettare le iscrizioni di diplomati che si distinguano per i loro curricula professionali; a questi verrà rilasciato il solo certificato di frequenza.

Modalità di pagamento

Le tasse accademiche, ammontano ad € 2.250,00. Il versamento dovrà essere effettuato, a seguito della conferma di ammissione, in tre rate: 30% all'iscrizione, 40% un mese prima dell'inizio del Master, 30% il giorno precedente l'inizio del primo modulo.

Metodologia

Il Master si avvale di metodi didattici attivi e partecipativi, al fine di socializzare i saperi teorico-pratici del gruppo in formazione e di innescare un circuito ricorsivo tra teoria, pratica e ricerca. E' necessaria la frequenza di almeno il 70% delle restanti didattiche previste.

Ordinamento Didattico

Il master annuale ha una **durata complessiva di 344 ore** suddivise in: **144 ore di lezioni frontali, 100 ore di FAD (formazione a distanza), 100 ore di tirocinio**. Le 144 ore di lezioni frontali si svolgeranno in **9 moduli didattici**. Le lezioni frontali avranno luogo una volta al mese il sabato e la domenica.

La proposta formativa viene ampliata offrendo agli studenti l'opportunità di frequentare, a proprie spese, **moduli integrativi facoltativi su specifiche tematiche presso località mediterranee di interesse**. La frequenza ai moduli integrativi determinerà il diritto a ricevere uno specifico attestato di approfondimento e di esperienza.

Fra gli Argomenti Didattici:

1) Storia del mediterraneo

- a) Il mediterraneo antico
- b) Il mediterraneo medievale
- c) Il mediterraneo moderno e contemporaneo

2) Geografia umana del bacino del mediterraneo

- a) Popolazioni e insediamenti umani fino alla conquista romana
- b) Popolazioni e insediamenti umani dopo la caduta di Roma
- c) Le grandi città mediterranee: economia, politica e cultura

3) Strategia mediterranea dell'Unione Europea

- a) La Convenzione di Barcellona
- b) Il Trattato di Lisbona
- c) La Carta di Roma e l'Unione per il Mediterraneo

4) Il marketing

- a) Ricerche di mercato
- b) Marketing strategico
- c) Marketing di marca
- d) Marketing di prodotto

5) Il marketing mix

- a) I prezzi
- b) La comunicazione
- c) La distribuzione

6) La pianificazione di marketing

- a) Identità e immagine
- b) La campagna di marketing

7) Marketing multiculturale

- a) Il marketing culturale
- b) Il marketing della multiculturalità

8) Strategie di posizionamento di marketing

- a) Il posizionamento di mercato
- b) Comunicare la multiculturalità

9) Marketing mediterraneo

- a) Identità mediterranea
- b) Il marketing legato al territorio
- c) Ipotesi di "marchio" mediterraneo

Titolo

Al termine del Master, per accertamento dell'idoneità, verrà rilasciato dal "Consorzio Interuniversitario per la Formazione e la Comunicazione – For.Com" l'attestato di **Master in Marketing Mediterraneo, che dà titolo a 85 crediti formativi.**