



**MASTER
MARKETING, SALES &
DIGITAL COMMUNICATION**
UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI TORINO

MASTER I LIVELLO

**MARKETING,
SALES & DIGITAL COMMUNICATION**

**NOVEMBRE 2019 - DICEMBRE 2020
VIII° EDIZIONE**



MASTER FULL TIME 12 MESI:

5 MESI PRESSO L'UNIVERSITÀ DI TORINO

CORSO UNIVERSITARIO DI SPECIALIZZAZIONE IN RETAIL MARKETING A BARCELONA

6 MESI DI STAGE IN ITALIA O ALL'ESTERO



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI TORINO

**DM
DIPARTIMENTO
DI MANAGEMENT**

SPONSOR



MONNALISA®

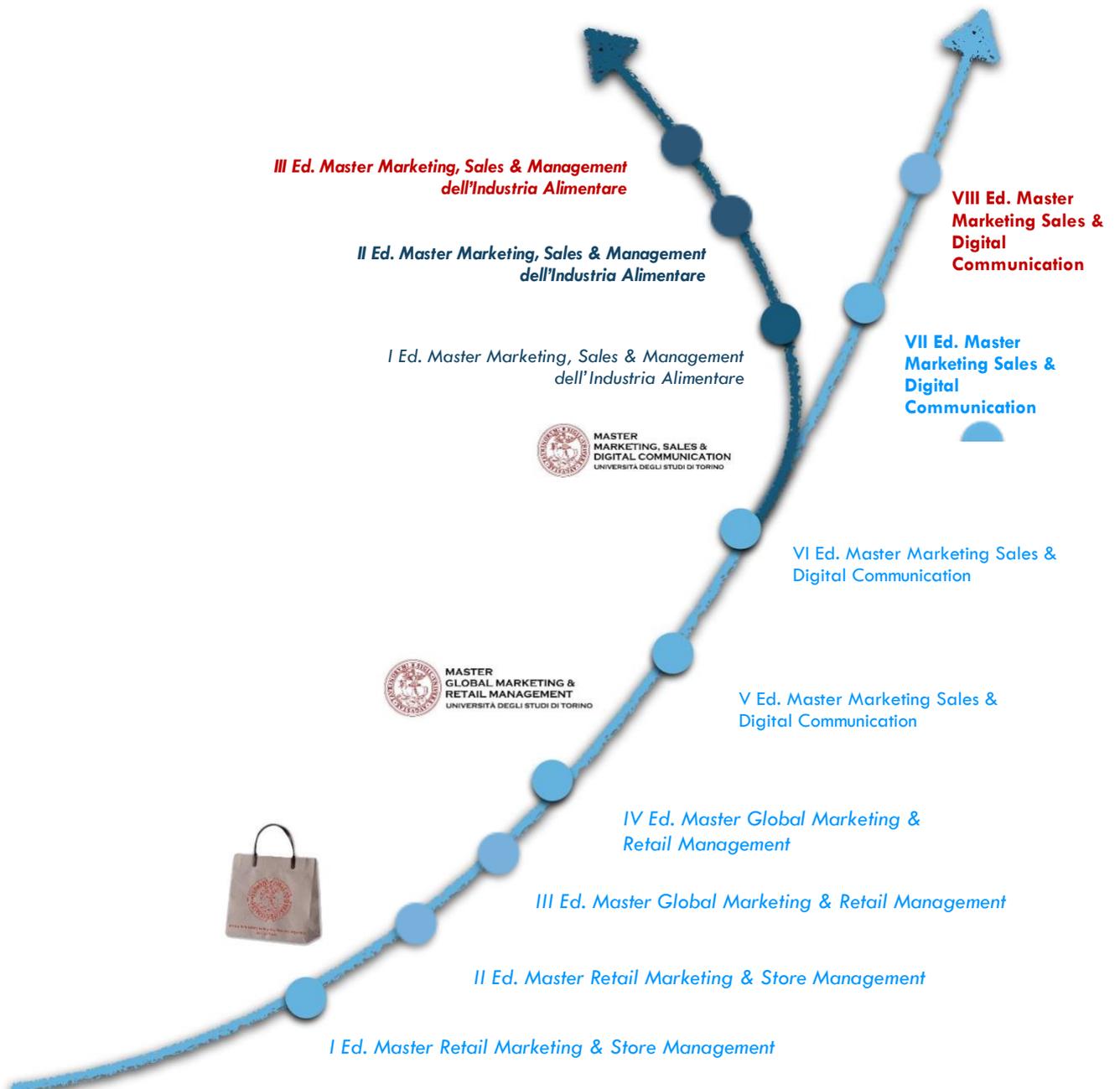


Alcuni Partner



Il Dipartimento di Management dell'Università degli Studi di Torino, in collaborazione con le aziende partner, dopo le due edizioni del Master in Retail Marketing (2012-14) e del Master in Global Marketing & Store Management (2014-16) propone il Master in **Marketing, Sales & Digital Communication** (2016-in corso) e il **Master in Marketing, Sales & Management dell'Industria**

Alimentare (2017 – in corso).



Indice

Introduzione

Partecipanti

Caratteristiche Del Master

Struttura

Curso De Especializacion

Alumni

Progetti Stage

Sme

Offerta Formativa

International Contest

Comitato Scientifico

Quota Di Partecipazione

Condizioni Favorevoli

Premio Odisseo

Contatti

Perché scegliere il Master in Marketing, Sales & Digital Communication

“Il [Master in Marketing, Sales & Digital Communication](#) (VIII edizione del “Master in Global Marketing & Retail Management”) è un’offerta formativa, fondata su basi pratiche, finalizzata a ridurre la distanza tra apprendimento e professione per consentire ai giovani di inserirsi e di operare con

successo nelle più grandi realtà imprenditoriali italiane e multinazionali. Gli sponsor e i partner aziendali contribuiscono ad una partecipazione attiva alla didattica con testimonianze e casi, contest internazionali, premi di studio per studenti meritevoli e tutoraggio per la realizzazione dei project work. Sono previsti: lezioni in aula, attività outdoor, business game, seminari, testimonianze e visite aziendali. Incluso nel Master un Corso Universitario di Specializzazione in Retail Management a Barcellona, una delle città più globali e dinamiche per quanto riguarda lo scenario retail. La collaborazione con le aziende partner fornisce agli studenti l'opportunità di svolgere attività di primo inserimento lavorativo, attraverso stage da 4 a 6 mesi, nelle diverse aree aziendali in Italia e all'estero”

ANNA CLAUDIA PELLICELLI

Direttore del Master “Marketing, Sales & Digital Communication”
Professore di Marketing Strategico, Marketing Internazionale,
Branding e Economia e Direzione delle Imprese
Dipartimento di Management
SME - Università degli Studi di Torino

“Nel [Master in Marketing, Sales & Digital Communication](#) l'area quantitativa trova spazio importante e sostiene l'attività pratica di organizzazione e strategia di vendita.

Essa permette di supportare la percezione dei cambiamenti del mercato con una misura quantitativa che orienti l'entità di adattamento delle politiche di vendita. Consente inoltre di abbinare alla scelta delle azioni di marketing un'adeguata valorizzazione dell'impegno - anche economico - da destinare con profitto alle diverse iniziative.

Un'attenzione particolare è attribuita alla valorizzazione dei feedback che il mercato fornisce, studiati identificando e monitorando opportuni indicatori di qualità”

LUIGI BOLLANI

Coordinatore del Master e Professore di Statistica Sociale
Dipartimento di Scienze Economiche Sociali e Matematico Statistiche
School of Management and Economics - Università degli Studi di Torino

Personalmente credo che partecipare al Master in Marketing, Sales & Digital Communication sia [più una esperienza di vita che un semplice percorso formativo](#). Il corpo docente, composto da professori universitari e da manager aziendali, opera in stretta sinergia aggiornando costantemente contenuti e modalità propositive. Le giornate trascorrono in un susseguirsi di sentimenti che consentono ai partecipanti di diventare veri protagonisti in uno scenario che sembra più appartenere ad un gruppo di colleghi aziendali che ad una normale dinamica d'aula. I nostri ragazzi sanno bene che spirito di squadra ed obiettivo comune sono la chiave per apprendere in modo efficace ed acquisire competenze, quindi si impegnano senza sosta. E la fine dei lavori? Non è mai un distacco ma è l'inizio di un cammino perché [i neo “masterizzati” vengono accolti nel Gruppo Giovani del CDVM](#) dove rafforzano il loro network e cominciano a muovere i primi passi da “Aspiranti Manager”.



Antonio De Carolis
Presidente CDVM Club Dirigenti Vendite e Marketing presso **Unione Industriale di Torino.**

“La mia azienda, Monnalisa, sta percorrendo un importante cammino di presenza diretta nel mercato nazionale, ma soprattutto estero, con apertura di retail mono-marca, dove il cliente riesce immediatamente a cogliere ed apprezzare il mood del prodotto moda bambino, declinato nella ricercatezza dei tessuti e della confezione, unito ad un contenuto fashion importante. Gli [studenti del Master](#), fin dalla prima edizione, [contribuiscono alla integrazione del management](#) aziendale

esperienziato, alla freschezza di intelletto e bagaglio informativo che gli studenti, posso affermare, dimostrano di avere acquisito. Rinnovo la mia profonda consapevolezza, che lavorare su un'avanzata politica di retail e digital nazionale ed estero, off line ed on line, rimanga la chiave del successo distributivo delle nostre aziende!"

MONNALISA®

Piero Iacomoni
Presidente Monnalisa

"Abbiamo attivato da un paio di anni la collaborazione con gli studenti provenienti dal Master in Global Marketing & Retail Management.

La mission della rete Borgo Italia, rappresentativa di una decina di aziende italiane focalizzate nel settore della moda ed accessori, è quella di sviluppare opportunità nell'export verso mercati estremo oriente ed America.

[Gli studenti dopo un breve periodo formativo in Italia, vengono assegnati ai vari desk "Borgo Italia" nel mondo.](#) Ad oggi: Seoul, Chongqing, New York, Montreal, Singapore e Mosca. Un'importante sinergia fra il mondo imprenditoriale ed il mondo degli studenti, ben allenati nel percorso di futuri manager"



Lucia Fanfani
Co-ordinatrice generale Borgo Italia

"Far parte di un gruppo retail con una rete di negozi nazionale o internazionale vuol dire ricercare efficienza ed eccellenza in ogni singolo KPI di gestione e di servizio di ogni singolo punto vendita. Vuol dire appartenere attivamente ad un marchio, farlo proprio e rendere unica l'esperienza d'acquisto in qualunque ruolo dell'azienda si operi. Ciò però vuol dire formazione continua di nuovi talenti, che sappiano affrontare costantemente i cambiamenti che il mercato impone. Conbipel fin dalla prima edizione del master in Retail management dell'Università degli Studi di Torino, ha avuto la fortuna di partecipare attivamente alla formazione e al tutoraggio dei giovani del Master che vogliono misurarsi e fare carriera nella nostra azienda e nel nostro settore. Lo scambio, con l'Università e con i giovani, è anch'esso fattore di crescita e confronto per noi, perché è anche attraverso loro che possiamo valutare la nostra azienda in termini di posizionamento, riconoscibilità e di employer branding. I momenti di stage infine sono vera occasione di valutazione di tutto il processo di alternanza scuola/lavoro e per Conbipel rappresentano un momento privilegiato per costruire parte delle future generazioni di manager "del retail"

Gianni Moscatelli
Direttore HR
Benetton

"Il [Master in Marketing, Sales & Digital Communication](#) rappresenta un'ottima opportunità per confrontarsi con il mondo del lavoro e permette a giovani desiderosi di [imparare ad entrare in contatto con imprenditori e aziende](#) che devono assumersi la responsabilità di contribuire alla formazione della classe dirigente del futuro. Inoltre, lo studio del retail permette di [coniugare concretamente diverse funzioni](#) che rappresentano la spina dorsale delle aziende spaziando dalle vendite al trade marketing, dal category alla supply chain, dall'architettura del layout alla gestione del personale, senza dimenticare dell'attore principale di tutto il processo: [il consumatore](#)"



Umberto Sali
Direttore Vendite Bahlsen Italia s.a.s.

" Spesso si dimentica la stretta relazione tra il retail e l'intera supply chain. Il Master in Marketing, Sales & Digital Communication di Torino ha saputo immediatamente fare tesoro della collaborazione con UPS fornendo agli studenti la **possibilità di comprendere le dinamiche della logistica e della supply chain applicate al mondo della moda e del retail**, grazie ad interessanti progetti sviluppati dagli studenti stessi"



Sabrina Staiano
Direttore Marketing UPS Europe

"This Master in Marketing, Sales & Digital Communication is an example of what I consider **"a move on"** from the traditional classic University:

- companies and students meet on regular basis to **discuss practical business cases and to share experiences**;
- most students have already significant working experiences;
- most students are fluent in english;
- internal professors joined hands with external business men to **provide a full picture of the real "outside world"**;
- it is a common practice to **spend few months in companies to develop** new business studies"

Massimo Ortelli
AMMINISTRATORE DELEGATO di Passione Italia

"**La Banca C.R. Asti** da anni collabora con l'Università degli Studi di Torino per incentivare un'integrazione costruttiva tra l'Università e il mondo del lavoro.

Partecipare al Master in "Marketing, Sales & Digital Communication" del Dipartimento di Management della Scuola di Management ed Economia di Torino **è una scelta importante, un'opportunità per acquisire le conoscenze indispensabili** ad affrontare le sfide sempre più complesse che il mercato del lavoro propone ai giovani"



Enrico Borgo
Direttore di Mercato - Banca CR Asti

Purtroppo, nel nostro paese manca ancora una cultura specifica del RETAIL MARKETING e solo grandi catene straniere come Ikea, McDonald, per fare alcuni esempi significativi, lo applicano in maniera scientifica nei propri punti vendita.

Che cos'è il Retail? Cosa significa Retail Marketing?

Il RETAIL, letteralmente, distribuzione al dettaglio, è l'organizzazione, l'apparato che si occupa di vendere i prodotti ai clienti finali.

Il RETAIL MARKETING è la materia che racchiude le strategie di marketing orientate al punto vendita e la vendita al dettaglio dei prodotti.

In Italia, di **RETAIL MARKETING** se ne parla troppo poco.

Le aziende che si occupano di distribuzione hanno come obiettivo la conquista del cliente per far crescere la propria attività.

Il successo delle vendite di un prodotto si gioca soprattutto sul punto vendita. È sul punto vendita che il consumatore prende le decisioni finali per ogni acquisto.

Il **RETAIL MARKETING** è lo strumento efficace per raggiungere gli obiettivi del **RETAIL** e si basa su diverse conoscenze e tecniche che vanno pianificate in maniera scientifica e precisa.

Per conquistare nuovi clienti, aumentarne la frequenza di visita, incrementarne la spesa, incrementarne la loro fedeltà, gli aspetti da conoscere e le azioni da realizzare sono molteplici.

Il **MASTER IN MARKETING, SALES & DIGITAL COMMUNICATION** nasce ANCHE per dare una risposta concreta ad una effettiva esigenza del mercato, per formare i futuri **RETAIL MANAGER**, figure professionali di alto livello che dovranno seguire i mercati complessi della GDO e della GDS e in grado di intervenire fattivamente nelle decisioni strategiche ed operative sull'intero percorso che porta alla conquista del cliente.

Come si sviluppa il percorso e quali sono le azioni da intraprendere per la conquista del cliente?

Partendo da specifici eventi ed idee originali per spingere il cliente ad entrare all'interno del punto vendita, si dovranno creare vetrine e spazi d'effetto che lo incuriosiscano e lo invitino all'ingresso.

Si dovrà proseguire stimolando l'attenzione del cliente sui singoli prodotti. Ma non solo.

Fondamentale sarà la cura della sua esperienza d'acquisto che dovrà essere gradevole se non addirittura entusiasmante. Inoltre, sarà basilare incentivare la fedeltà del cliente per farlo tornare nel negozio per nuovi acquisti.

Infine, si dovrà trovare il modo di innescare un passaparola positivo verso altre persone.

Sbocchi occupazionali e professionali.

Nonostante la crisi, la GDO e la GDS continuano a crescere ed hanno bisogno di **RETAIL MANAGER** preparati ed offrono buone prospettive occupazionali e di carriera.

Ma non solo.

Lo specialista in **RETAIL MANAGEMENT** avrà la strada aperta anche in altre importanti mansioni del **RETAIL**: Merchandiser, Responsabile di reparto, Responsabile di Punto Vendita, Category Management, Buyer

Ottime opportunità sono fornite poi dalle catene distributive in Franchising.

Le aziende che si avvalgono di questo modello distributivo sono molto interessate a figure formate in **RETAIL MANAGEMENT** a cui affidare punti vendita con il loro Format.

Da non sottovalutare infine la possibilità di inserimento nelle aziende produttrici di beni e prodotti.

Avere una solida preparazione nel **RETAIL** darà strumenti concreti per operare nel migliore dei modi sia a chi si dovrà occupare di commerciale, sia a chi si occuperà di Marketing in una qualsiasi Azienda.

A chi è rivolto il MASTER IN MARKETING, SALES & DIGITAL COMMUNICATION?

Ai giovani laureati, di mente aperta e che stanno sempre in ascolto, pronti ad assorbire informazioni da elaborarle in team, per trovare le migliori soluzioni da provare sul campo!

Giovani capaci di assumersi rischi, responsabilità, con buone doti di negoziazione, di Problem Solving e che sanno mettere al centro delle loro attività la risorsa più importante: **IL CLIENTE**”

Claudio Testa
Direttore Marketing e Strategie Commerciali
Docente e membro del comitato
scientifico del Master

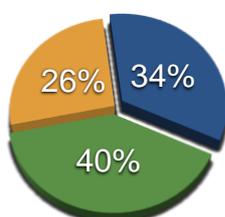
Profilo Pa 

(dal 2012 al 2019)

Caratteristiche del master

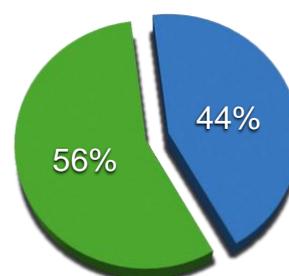
ETA'

- MENO 25 ANNI
- TRA 25 E 34 ANNI
- PIU' DI 34 ANNI



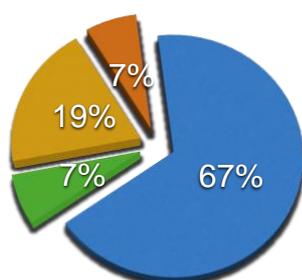
SESSO

- FEMMINE
- MASCHI



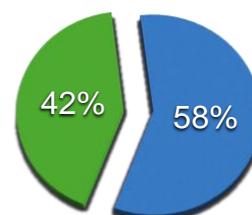
PROVENIENZA

- NORD
- CENTRO
- SUD
- ESTERO



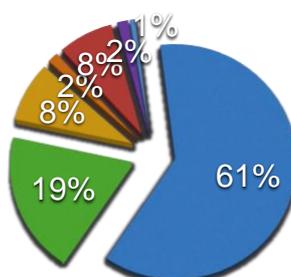
TITOLO DI STUDIO

- LAUREA TRIENNALE
- LAUREA MAGISTRALE



PROVENIENZA ACCADEMICA

- ECONOMIA
- GIURISPRUDENZA
- LINGUE
- SCIENZE POLITICHE
- COMUNICAZIONE



OBIETTIVI

Il Master In Marketing Sales & Digital Communication si propone di:

- **formare specialisti** in materia di marketing, vendite e digital management pronti ad inserirsi in strutture aziendali italiane e multinazionali al fine di operare con successo nelle grandi realtà imprenditoriali per un mercato globale.
- **fornire metodologie** e strumenti per lo sviluppo di nuovi business model e formati distributivi per le imprese del futuro
- **sviluppare le competenze** trasversali nelle aree del marketing internazionale, digital communication, gestione delle risorse umane, management accounting, surveys per le analisi di mercato, gestione della supply chain, contratti commerciali.
- **facilitare un primo inserimento lavorativo** in aziende leader del settore, in Italia e all'estero.



Visita allo stabilimento "Estrella Damn" durante il corso universitario di specializzazione a Barcellona (IV edizione)



Lezione con Dott.ssa Lucia Fanfani, Co-ordination Borgo Italia.

Sbocchi Professionali

In un contesto di rapido cambiamento nell'era della multicanalità, cambiano gli strumenti di segmentazione, posizionamento e gestione del marketing mix. Il Master si propone di affrontare le sfide e le opportunità dei mercati internazionali con particolare attenzione al marketing, trade marketing, vendite e comunicazione digitale.

Inoltre, il Retail Management rappresenta un settore con interessanti sbocchi occupazionali per i laureati in quanto le aziende richiedono costantemente collaboratori con uno standard di competenze elevato, preparati ad un inserimento dinamico in tutti i contesti distributivi, anche in campo internazionale, per rispondere alle crescenti richieste di qualificata professionalità.

Per questo motivo il Master si propone in un'ottica sempre più internazionale.

Al termine del percorso formativo alcuni indirizzi di carriera saranno orientati verso:

RUOLI NEL MARKETING

Marketing Manager
Product Manager
Digital Manager
Retail Manager

RUOLI INTERNAZIONALI

Export Manager
International Buying & Merchandising
Manager
International Visual Merchandising
Manager
IT Project Management
Business development

RUOLI SUPPORTO RETE

Area Manager
Trade Marketing Manager
Store Merchandising Manager

RUOLI SUPPORTO CATENA

Buying & Merchandising Manager
Merchandising Planner Category
Manager
Supply Chain Manager
Construction & Location Manager

RUOLI OPERATIVI

Visual Merchandising Manager
Store Manager
Key Account

REQUISITI NECESSARI

Il candidato deve essere in possesso di almeno uno dei seguenti TITOLI:

Tutte lauree del vecchio ordinamento
Tutte le lauree di primo livello
Tutte le lauree di secondo livello
Lauree straniere equipollenti riconosciute idonee dal regolamento di ateneo per i master
Professionista con titolo di laurea

PERIODO FORMATIVO VIII EDIZIONE (A.A. 2019-2020)

Format: full time con frequenza obbligatoria.

Durata complessiva: 12 mesi - da Novembre 2019 a Dicembre 2020.

Suddiviso in 3 periodi:

1° periodo: DIDATTICA FRONTALE (novembre – aprile)

ORARIO LEZIONI: dal lunedì al venerdì dalle 9.30 alle 12.30 e dalle 13.30 alle 16.30.

Sede: Scuola di Management ed Economia - Corso Unione Sovietica 218 bis - Torino -
Divisione Master

2° periodo: 2 SETTIMANE (aprile - maggio)

Corso Universitario di Specializzazione in Retail Management a Barcellona, in lingua inglese,
incluso nell'offerta formativa (borsa di studio di mobilità dell'ateneo).

Il corso verrà tenuto in lingua inglese e, al termine, verrà rilasciato il titolo "Specialization
Course in Retail Management".

Possibilità di usufruire online del corso senza giungere in loco.

3° Periodo: STAGE

Da 4 a 6 mesi di stage in Italia o all'estero presso aziende partner nei settori caratteristici
del Master.

Curso de Especializacion

MASTER
MARKETING, SALES & DIGITAL COMMUNICATION
NOVEMBRE 2016 / NOVEMBRE 2017
V. EDIZIONE



BARCELONA - APRILE 2017

**CORSO UNIVERSITARIO DI
SPECIALIZZAZIONE IN RETAIL
MANAGEMENT**

ALL'INTERNO DEL PROGRAMMA DEL MASTER E' PREVISTO UN CORSO
UNIVERSITARIO DI SPECIALIZZAZIONE A BARCELLONA, COMPRESO
NELLA QUOTA, ANCHE ONLINE, TENUTO IN LINGUA INGLESE E
SPONSORIZZATO DALL'ATENEO.

WWW.MASTERRETAIL.EU

Alumni

“Ho frequentato il Master in Global Marketing & Retail Management nel 2012/2013. È stata un'eccezionale esperienza che permette di cominciare a capire le logiche del lavoro. Le lezioni sono tenute da esperti che vengono da aziende di successo e che lavorano con gli studenti per trasmettere in modo molto pragmatico la loro esperienza. Questo è stato il trampolino di lancio per un'incredibile avventura internazionale, professionale e di vita.

Grazie al master ho avuto l'opportunità di partecipare ad un progetto di sviluppo di mercato in Cile. Questa prima esperienza ha poi aperto tantissime strade, ho lavorato alla Camera di Commercio Italiana del Cile, organizzato eventi del settore alimentare per promuovere il food Made in Italy in Sud America, e altro... Queste varie esperienze di lavoro mi hanno aiutato a creare una significativa rete di contatti. Ora sono tornata in Italia e lavoro come Country Manager Spain & South America seguendo il mercato in un'azienda che lavora in tutto il mondo e che basa il 75% del suo fatturato all'estero “

Elisa Benassi - Country Manager Spain presso QRP International

“L'esperienza di Stage in Monnalisa comprendeva diversi aspetti del Retail Marketing, il mio compito è stato quello di monitorare e studiare il mercato britannico, attraverso delle ricerche di mercato atte ad analizzare il comportamento del consumatore. Inoltre, ho avuto la possibilità di seguire la campagna vendite che si terrà nello Showroom da giugno a settembre. Altro compito che mi venne dato fu quello di analizzare il mercato e-commerce britannico, capire il posizionamento dell'azienda sul web e fare un'analisi dei retailers loro clienti”

Virginia Rollo - Responsabile Corner Harrods

“Un'esperienza fondamentale per la mia crescita personale che mi ha permesso di confermare e consolidare le mie competenze in ambito commerciale e del Marketing; dandomi la possibilità immediata di uno sbocco professionale importante”

Niccolò Paoletti - LIDL



Studenti Master IV Ciclo, stagisti presso Monnalisa e Borgo Italia in Russia, Corea e Canada.

“La mia esperienza durante il Master in Global Marketing & Retail Management è stata positiva poiché ho potuto confrontarmi con professionisti del settore. Ho tratto grandi vantaggi soprattutto dallo stage in Ferrero, che mi ha permesso di lavorare e formarmi all'interno di un'azienda internazionale e di avviarmi verso la mia attuale posizione lavorativa in FCA Bank”

Marco Rizzi - Stage in Ferrero attualmente: Cross selling & personal loans presso FCA bank

“Ho partecipato alla prima edizione del Master, allora Retail Marketing e Store management. Gli argomenti trattati in aula, con professionalità e competenza, mi hanno permesso di accedere al mondo lavorativo sicuramente con una corsia preferenziale: infatti nei colloqui, raccontando il mio background professionale e formativo, spiccava sicuramente rispetto agli altri competitors un titolo di studio che ad oggi pochi in Italia hanno, rispetto alle varie Lauree Magistrali, oggi a mio avviso troppo inflazionate: ho infatti ricevuto un contratto di lavoro già qualche settimana prima di finire il



Studenti Master, stagisti presso Martini per il contest Martini & Marketing

“Ho frequentato la III edizione del Master in Global Marketing & Retail Management della Scuola di Management ed Economia di Torino. Il master è diviso in due fasi: sei mesi di lezioni e corsi presso l'università, la seconda di stage.

Personalmente ho trovato le lezioni molto interessanti, perché a differenza dei tradizionali corsi di laurea, in cui le lezioni sono molto teoriche, lo studio e le attività sono fondamentalmente pratiche. Inoltre, molte lezioni e in alcuni casi interi corsi, sono tenuti da professionisti del settore. Dopo la conclusione delle lezioni, ho iniziato il mio stage presso Monnalisa, azienda aretina tra i leader di mercato nel settore kids fashion. Dopo un periodo di formazione presso la loro sede principale ad Arezzo, mi sono trasferito a Shanghai per lavorare nell'ufficio locale, che gestisce la produzione estera e la logistica. Mi sono inoltre occupato di ricerche di mercato affidatemi dalla funzione marketing, e in qualche occasione di controllo qualità in fabbrica. Posso senza dubbio dire che si è trattato di un'esperienza magnifica. Oggi, a pochi giorni dalla conclusione del mio stage, mi appresto a rientrare in Italia, dove inizierò a lavorare per Robe di Kappa”

**Roberto Bassi - Sales and account manager
presso BasicNet spa**

“Ho frequentato il Master in Global Marketing & Retail Management nel 2013/2014. Dopo aver frequentato il periodo di lezioni intensive impartite da rinomati professionisti del settore, ho scelto di fare uno stage nel mondo del Digital Marketing. La mia esperienza si svolge presso Twago, piattaforma internazionale leader in Europa per il lavoro online con sede a Berlino. I compiti da me ricoperti riguardano il Customer Support & Community Management. Questa fantastica esperienza mi permette di mettere in pratica le varie tecniche di Social Media Marketing e Comunicazione per interfacciarmi con i consumatori, conoscere le dinamiche del mercato online e imparare ogni giorno nuove sfaccettature del Web Marketing”

Clara Carreras - Community manager



“Grazie al Master in Marketing, Sales and Digital Communication ho avuto la possibilità di approfondire, da un punto di vista più pratico, grazie alle numerose testimonianze aziendali, tutto ciò che prima avevo studiato a livello prettamente teorico.

Il master mi ha, inoltre, permesso di entrare a contatto con una importante realtà aziendale, Gruppo Calzedonia, per la quale sto attualmente svolgendo il periodo di formazione, in vista di assunzione”

Carolina Morino District Manager - GRUPPO CALZEDONIA (Intimissimi)

“Ho deciso di partecipare al Master in Marketing, Sales & Digital Communication spinta dalla voglia di dare una svolta ai miei studi accademici nel campo delle lingue straniere, abbinandole così a nuove conoscenze e cercando di coniugare entrambi. È un percorso che prevede molte prove pratiche come lavori di gruppo e presentazioni davanti ai manager delle aziende partner, ma tuttavia non viene tralasciato l’insegnamento teorico tramite lezioni frontali impartite da professori del Dipartimento di Management.”

Federica Maggiotto - Social Media & Organizzazione di Eventi

“Un master è la somma dei professionisti, degli studenti, delle esperienze acquisite e delle possibilità offerte. Sono felice della mia scelta, perché ho trovato manager felici di mostrarci il loro mondo, un gruppo eterogeneo con cui socializzare a livello lavorativo e non, ho avuto moltissime esperienze pratiche di grande aiuto alla mia formazione e ho avuto la concreta possibilità di scegliere tra molte strade la più adatta alle mie aspettative. Il master mi ha portato a lavorare in un’importantissima agenzia pubblicitaria, aiutandomi a scoprire il mondo della comunicazione. In Leo Burnett ho potuto lavorare con grandi brand del settore automotive, un campo che da sempre mi appassiona.”

Emilio Araldi - Account Manager - Leo Burnett

“Mi sono iscritta al Master in Global marketing & Retail management, subito dopo la triennale in Economia aziendale – Marketing, con lo scopo di mettere in pratica quanto studiato fino a quel momento.

I sei mesi trascorsi in aula mi hanno permesso di approfondire le mie conoscenze teoriche, confrontarmi con importanti manager, svolgere numerosi lavori di gruppo con finalità sempre nuove e soprattutto di intraprendere stimolanti sfide rappresentate da due progetti: P&G Award 2015 e L'Oréal Brandstorm 2016.

Trascorsi i sei mesi, l'obiettivo era quello di svolgere un periodo all'estero, con lo scopo di arricchire il mio bagaglio culturale e iniziare una nuova esperienza nel mondo del lavoro. Ora mi trovo in Lussemburgo per svolgere uno stage formativo di sei mesi in Ferrero come Junior IT – PMO (Project Management Office), certa che questa nuova avventura mi aiuterà a crescere personalmente e professionalmente.

Arianna Dall'O' - Junior IT-PMO presso FERRERO



Visita presso FIAT industrial Village

“Dopo 6 mesi di studio a tutto campo, dal Management Accounting ai Sistemi Informativi di Marketing, passando per la Gestione delle Risorse Umane, e soprattutto di TeamWork, ho iniziato la mia esperienza di stage presso il Consorzio Borgo Italia, capitanato dalla Direttrice Lucia Fanfani, a Seoul come Business Developer per 5 Aziende Italiane: dal Fashion all' Arredamento, (Monnalisa, Maglificio Baby Miniconf Spa Florence Collections Antonio Meneghetti). Dopo un primo mese di training all'interno di tutte le strutture aziendali per capire da vicino il prodotto, sono partito alla volta della Korea per capire il mercato, sviluppare networking e ricercare investitori coreani. Inizialmente ho fatto scouting per ambientarmi e fare le adeguate ricerche e analisi del mercato coreano sul campo, che ho potuto portare a compimento grazie alle competenze sviluppate durante le lezioni ed al continuo supporto delle mie Aziende e del Consorzio. Ad oggi, dopo 5 mesi, ho aperto un ufficio Borgotalia a Seoul, nel famoso quartiere Gangnam, Centro Finanziario del paese, organizzo periodicamente business trip per le mie aziende, con appuntamenti in loco con aziende Coreane interessate ad investire nei loro prodotti, e siamo prossimi all'apertura di Store all'interno di Hyundai Department Store. Che dire, un'esperienza entusiasmante per chi vorrebbe diventare un Country Manager Overseas a tutto tondo... io ve lo consiglio”

Giuseppe La Torre - Business Development

“Ho 25 anni e mi sono laureata nel 2016 in "Scienze della Comunicazione" presso l'Università di Torino. Sono una studentessa-lavoratrice dall'età di 18 anni.

In seguito alla laurea ho deciso di iscrivermi a questo master alla ricerca di un'opportunità che potesse cambiare la mia vita!

Così è stato. Inizialmente mi sentivo certamente motivata, ma allo stesso tempo impaurita dall'offerta formativa del Master, in quando non mi sentivo in pieno possesso delle competenze necessarie per affrontare questo percorso, come poteva sentirsi invece uno studente proveniente dalla facoltà di Economia! Successivamente mi sono resa conto che le mie paure erano assolutamente infondate! Grazie all'organizzazione del master e a molto impegno mio personale, in poco tempo sono riuscita ad acquisire le competenze necessarie al completamento del percorso! È stata davvero una bella sfida, che mi ha dato l'opportunità di cominciarne un'altra altrettanto stimolante, in Lidl Italia!

La consiglio vivamente!”

Giulia Guidobaldi -Store Manager LIDL

“Ho preso parte alla quinta edizione del Master in Marketing, Sales & Digital Communication. Questo percorso mi ha permesso di entrare in contatto con managers e figure professionali rilevanti e di consolidare le mie conoscenze pregresse nel marketing con un focus particolare sul retail. Parte integrante di questo Master sono stati i lavori di gruppo che da una parte, mi hanno permesso di capire veramente cosa significa lavorare in team (elemento indispensabile per chi intende lavorare in un'azienda) e dall'altra, mi sono stati di grande aiuto dal punto di vista personale aiutandomi a vincere la paura del parlare in pubblico. La mia esperienza è appena iniziata perché mi vede ora mettere in pratica gli insegnamenti appresi, alla SQUARE Reply.”

Elisabetta Orru' - SQUARE REPLY

“Se qualcuno mi chiedesse di descrivere questo master in tre aggettivi direi senza alcun dubbio **FORMATIVO**, **INTERESSANTE** ed **UTILE**. Sono felice di aver scelto di fare un master invece che la specialistica perché in questo modo ho avuto la possibilità di avvicinarmi in maniera utile a quello che è il mondo del lavoro. Durante il master ho avuto la possibilità di mettere in pratica quello che fino a quel momento era stato il mio percorso formativo. Inoltre il master mi ha dato la possibilità di ottenere il mio attuale lavoro come account executive in Diageo Italia Spa e per questo non posso che essere riconoscente alle aziende che hanno partecipato, ai professori ... Ma soprattutto al prof. Bollani ed alla prof.ssa Pellicelli”

Francesca Brasso - Account Executive DIAGEO

“Penso che il Master in Marketing Sales and Digital Communication sia stata un’ottima scelta per terminare il mio percorso di studi e per la mia carriera futura.

All’aspetto teorico prevale quello pratico, con numerosi business case e presentazioni proposte dalle imprese partner.

Durante i mesi del corso ho dunque imparato a lavorare in team, presentare nel modo migliore le mie idee e a propormi in modo efficace ai vari employers presenti.

Imparare a gestire il (poco) tempo a disposizione e il relazionarsi con professionisti ed imprenditori affermati sono sicuramente due aspetti che rappresenteranno un “must” nel mio percorso di crescita. Ovviamente a queste attività pratiche è stato affiancato un programma di lezioni teoriche, volte a coprire gli aspetti teorici del marketing, della finanza aziendale e del merchandising che hanno sempre trovato il loro risvolto pratico nelle attività proposte.

Non posso quindi che essere soddisfatto dell’esperienza, delle persone conosciute e delle nozioni che porterò con me oltre la fine del master.”

Alessio Valperga - ITALIAN IDENTITY

“Grazie al percorso del Master (3 edizione), ho avuto l’opportunità di approfondire in modo pratico determinati argomenti.

Questo mi ha permesso di ottenere le skills necessarie per affrontare in modo competitivo

L’attuale mondo del lavoro.

Il Master é completamente focalizzato sulla trasmissione di conoscenza ed immediato utilizzo delle stesse attraverso lavori di gruppo, presentazioni e dibattiti. Il tutto arricchito dalla presenza ospiti come professori, professionisti e manager provenienti dalle realtà aziendali di maggior successo.”

**Federico Sucato - MCM
Consultanti -Go On group**

“Valuto il Master in maniera assolutamente positiva.

Il mio percorso di studi nella triennale era lontano dalle discipline economiche e il master mi ha dato la possibilità di conoscere tutte le dinamiche di marketing e retail che non avevo mai affrontato in precedenza. Ho scelto questo master in virtù delle mie esperienze lavorative pregresse in campo retail e lo consiglio a chi desidera formarsi per lavorare in questo settore.

Aspetto fondamentale che più mi ha arricchito sono stati i lavori di gruppo e gli incontri con i manager aziendali.”

Andrea Parisi - District Manager GRUPPO CALZEDONIA (Intimissimi)

“Ho partecipato alla scorsa edizione del master in Global Marketing & Retail Management! Il mio tirocinio si è svolto in Inghilterra presso l'azienda Monnalisa, azienda operante nel settore del lusso per quanto concerne la moda bambini, e mi sono occupata nello specifico di web marketing, analisi della concorrenza, analisi dei prezzi e sconti.

Ho imparato a fronteggiare difficoltà e imprevisti ed affacciarmi ad un ambiente diverso come è appunto Londra.

La mia esperienza è stata magnifica e ha cambiato radicalmente il mio modo di fronteggiarmi al mondo del lavoro. Ma in primo luogo sono cresciuta moltissimo sia personalmente che professionalmente”

Stefania Agostino - Junior Analyst intern presso Accenture Italia

“Ho preso parte alla terza edizione del Master in Global Marketing & Retail Management.

Grazie a questo ho avuto l'opportunità di ampliare la mia vision a 360°; questo percorso mi ha difatti permesso, da un lato, di entrare in contatto con figure professionali rilevanti e, dall'altro, di integrare le mie conoscenze pregresse con un focus sul Retail ed il Marketing. Parte integrante di questi sei mesi sono stati i lavori di gruppo che mi hanno permesso di apprendere al meglio il significato di TEAM - indispensabile per chi intende affacciarsi ad una realtà aziendale.

La mia esperienza non è ancora terminata perché mi vede ora mettere in pratica gli insegnamenti appresi durante il corso, alla Ferrero, patria della nota Nutella “

Alessandra Lauria - Stage in Ferrero ed attualmente in Accenture

“Sono venuta a conoscenza del Master in Global Marketing & Retail Management dopo aver concluso il percorso di studi che mi ha portato alla laurea triennale in scienze della comunicazione.

Non avevo esperienza in ambito economico, tuttavia ho sempre avuto interesse nel marketing e tutto ciò che è ad esso correlato. L'esperienza del Master mi ha permesso di conoscere molti esperti del settore e assistere alle testimonianze dalle aziende. La cosa più importante che il master mi ha lasciato è lo stage, con il quale sono entrata a far parte del mondo del lavoro. Ad oggi sono assunta presso Syrio (Gruppo Equilibra) azienda che si occupa del commercio di cosmetici ed integratori nel canale farmacia. Sono entrata nell'azienda grazie allo stage che mi è stato proposto durante la partecipazione al Master”

Alice Bonino - Syrio srl (Equilibra)

“Il master si è rivelato per me un’ottima opportunità non solo per arricchire il mio CV ma anche di grande crescita personale: le visite alle aziende, le lezioni pratiche ed il confronto con i professionisti del settore sono stati interessanti e stimolanti, anche per chi come me proviene da un background di studi umanistici. L’esperienza all’ Università di Barcellona, in un contesto dinamico ed internazionale, mi ha permesso di acquisire competenze specifiche che metto in pratica ogni giorno durante il mio stage, dove mi occupo di export e marketing, in Casa Radicci, azienda produttrice di formaggi che promuove il Made in Italy e la qualità della tradizione casearia italiana nel nostro paese e nel mondo.”

Francesca Zoccheddu - Junior manager Casa Radicci

“Partecipare alla 4° edizione del Master in Global Marketing & Retail Management diretto dalla Prof.ssa

Anna Claudia Pellicelli è stata sicuramente una delle migliori scelte fatte dal punto di vista formativo e

professionale. La possibilità di seguire e interagire durante lezioni tenute sia da top manager che da professori di spicco di UNITO non possono che arricchire la preparazione personale, al giorno d’oggi sempre più fondamentale per entrare a pieno titolo nel mondo del lavoro. Attualmente sto svolgendo uno stage all’interno del Project Management Office di Ferrero International in Lussemburgo. Inutile dire che un’esperienza internazionale in un’azienda leader a livello mondiale sia sempre stato il mio sogno, realizzato anche e soprattutto grazie all’alto livello qualitativo di lezioni che solo un Master come questo puo’ dare.”

Daniel Montanaro - Project Manager junior Ferrero International

“Mi sono iscritto all’edizione 2015/2016 del Master in Global Marketing & Retail management convinto di affrontare un’importante percorso di crescita, personale oltre che culturale, idoneo a conferire al mio CV quel quid pluris che, ad oggi, pare imprescindibile al fine di essere presi in seria considerazione dalle aziende. Le mie aspettative non sono state affatto disattese in quanto, dopo mesi intensi e stimolanti di aula, oggi sto svolgendo uno stage semestrale formativo per store manager presso la Dimar S.p.A.; azienda che ha deciso di investire su di me e che mi offre, quotidianamente, la possibilità di fare esperienza a tutto campo in diverse aree. Posso, senza dubbio alcuno, affermare che questo master è la scelta migliore per chiunque abbia il desiderio e la voglia di investire, tempo ed energie, al fine di costruire delle basi solide per il proprio futuro, sia esso nel Marketing o, come per il sottoscritto, nel Retail”.

Guido Fejles - Store Manager presso DIMAR



Lezione con Dott.ssa Simona Radicci
- Export Marketing Manager di
Casa Radicci

“Ho partecipato alla V edizione del Master in Marketing & Sales e Digital Communication: è un percorso post-laurea interessante non solo per i laureati in economia, ma anche per chi ha intrapreso un percorso di studi diverso. Ho una laurea magistrale in Lingue Moderne e inizialmente non avevo esperienza in ambito economico. Il master mi ha permesso di poter assistere a diverse testimonianze di aziende e ad interagire con vari professionisti del settore, di maturare competenze di teamwork grazie ai lavori di gruppo, ma specialmente di conoscere e fare miei gli elementi di marketing e digital che ora metterò in pratica presso l'azienda Fior di Loto.”

**Antonia Sonia Mileto -
Junior marketing
manager
Fior di Loto**

“Il master in Marketing & Sales e Digital Communication mi ha permesso di approfondire le mie conoscenze di marketing e vendite. Infatti, grazie alle lezioni frontali con manager di aziende di fama internazionale e ai vari progetti affrontati in team work, ho avuto modo di mettere in pratica le nozioni teoriche apprese, sin dall'inizio del percorso didattico. Inoltre, il master mi ha dato la possibilità di ottenere uno stage presso l'area marketing di Casa Radicci, un'azienda casearia italiana in forte crescita sia a livello nazionale che internazionale”.

**Davide Crosio Leonardi
Junior Manager
CASA RADICCI**

“Tornassi indietro rifarei la stessa scelta. Questo Master è stato per me un'opportunità di crescita non soltanto professionale ma anche personale. Le visite aziendali, gli interventi in aula di Manager e i lavori di gruppo sono stati utili e stimolanti!
Oltre ad essere stata un'opportunità di crescita, questo master è stato per me una sfida. Una sfida che mi ha consentito di intraprendere una bellissima esperienza alla Toyota Motor Europe!”

Isabel Di Dato

Progetti di Stage

AZIENDE	AREA OPERATIVA
ACCENTURE	<p>DIGITAL MARKETING: COME COSTRUIRE UNA COMUNICAZIONE DIGITALE EFFICACE</p> <p>L'E-MAIL MARKETING E LA SUA INFLUENZA SUL CUSTOMER JOURNEY</p> <p>IL DIGITAL ADVERTISING, LA RIVOLUZIONE DIGITALE DELLA PUBBLICITA'</p>
ALIFOOD	MARKETING INTERNAZIONALE DEL MADE IN ITALY
ARMANDO TESTA	WEB ANALYTICS
AZIMUT BENETTI	IL SETTORE NAUTICO, LA RICERCA DI UN CONCESSIONARIO E IL MERCATO DANESE
BASIC NET	STRATEGIA WEB INTEGRATED COMPANY
BIRAGHI	INNOVAZIONE E STRATEGIE COMMERCIALI
BIT SOFTWARE SOLUTION	L'APPROCCIO DELL'INTELIGENZA ARTIFICIALE AL MARKETING. IL CASO "BIT SOFTWARE SOLUTIONS"
BORGIO ITALIA	ANALISI MERCATO COREANO - OPPORTUNITÀ EXPORT IN AUSTRALIA - ANALISI DEL CONSUMATORE CANADESE
CAFFAREL	REALIZZAZIONE DEL PIANO DI MARKETING
CALZEDONIA	IL RETAIL: DALLA GLOBALIZZAZIONE AI CANALI DISTRIBUTIVI NELL'ERA DIGITALE
CARREFOUR	L'EVOLUZIONE DEL MARKETING MODERNO E IL RUOLO NELLA GDO
CASA RADICCI	MARKETING STRATEGICO OPERATIVO - EXPORT MANAGEMENT
CASSA DI RISPARMIO DI ASTI	CUSTOMER SATISFACTION SURVEY
CONBIPEL	STRATEGIE DI MARKETING NEL RETAIL
COSATA CROCIERE SPA	IL SETTORE CROCIERISTICO REVENUE MANAGEMENT: IL CASO COSTA CROCIERE SPA
CUKI	RIPOSIZIONAMENTO DI SUCCESSO DI UN BRAND
DIAGEO	TRADE MARKETING - ANALISI DEL PORTAFOGLIO PRODOTTI
DIESEL SPA	IL BRANDING MANAGEMENT E LO STORYTELLING COME STRATEGIA DI MARKETING: IL CASO DIESEL SPA
DIMAR	GESTIONE STRATEGICA DEL PUNTO VENDITA
DM COMMERCE	LA METODOLOGIA INBOUND MARKETING: FORNIRE VALORE AD OGNI STEP DELLA CUSTOMER JOURNEY
DM GROUP	DIGITAL MARKETING
EATALY	EATALY IN ITALIA E NEL MONDO
EQUILIBRA	NUOVO PRODOTTO IN FARMACIA: SYRIO -

FCA BANK	FCA BANK: LE SFIDE CONNESSE ALL'OPERATO DI UNA REALTÀ IMPRENDITORIALE IN CONTINUA EVOLUZIONE ANALISI DI LANCIO DELLA CARTA DI CREDITO E DELLA STRATEGIE DI MARKETING: UN'ESPERIENZA IN FCA BANK IL PROJECT MANAGEMENT E LA RIVOLUZIONE DIGITALE: IL CASO FCA BANK
FERRERO FIOR DI LOTO FOGLIZZO LEATHER GOODS GEOX GIROTONDO DISTRIBUZIONE GO ON GROUP (MONACO) GRUPPO CALZEDONIA IKEA ITALIA INDEPENDENT JAGUAR LAND ROVER	SALES & OPERATION PLANNING - MARKETING & IT ANALISI MERCATO ALIMENTI SENZA GLUTINE ANALISI DEL MERCATO CINESE (HONG KONG) - ANALISI DEL MERCATO USA VISUAL MERCHANDISING DINAMICHE RETAIL NEL MERCATO DEL GIOCATTOLO PROCESSO INTERNAZIONALIZZAZIONE PMI VISUAL MERCHANDISING CONCEPT STORE DESIGN STRATEGIE DISTRIBUTIVE & RETAIL CONCEPT JAGUAR LAND ROVER - FINANCIAL SERVICES AND THE LAUNCH OF NEW FINANCIAL PRODUCTS L'OREAL BRANDSTORM: LANCOME - REDKEN - VICHY - DIESEL - L'OREAL PROFESSIONNEL - L'OREAL PARIS - THE BODY SHOP - TRAVEL RETAIL - KIEHL'S - LA ROCHE POSAY STRATEGIE DI MARKETING NEL RETAIL CONSUMER BEHAVIOUR RETAIL4.0: L'ULTIMA FRONTIERA DELLA DISTRIBUZIONE NELL'EVOLUZIONE DIGITALE. IL CASO MARTINI&ROSSI
L'OREAL LIDL MARTINI MARTINI&ROSSI	A NEW BUSINESS MODEL DIGITAL MARKETING & E-COMMERCE NELL'AUTOMOTIVE: MIRAFIORI OUTLET
MIRAFIORI OUTLET	ANALISI MERCATO RETAIL CHILE E PERÙ - ANALISI DEL MERCATO E-COMMERCE BRITANNICO - ANALISI DEL CONSUMATORE RUSSO
MONNALISA MOTION GLOBAL PROCTER&GAMBLE PROMOD	DALL' E-COMMERCE AL SOCIAL COMMERCE: I SOCIAL MEDIA COME STRUMENTO DI VENDITA AWARD 2015: GILLETTE VISUAL MERCHANDISING
RANDSTAD	IL VALORE DEGLI INTANGIBILI NELLE AZIENDE SMARTWORKING: OPPORTUNITÀ DI WELFARE IL SOCIAL RECRUITING E IL SUO UTILIZZO ALL'INTERNO DELL'APL RANDSTAD
REALE MUTUA SELF STARCOM SYNERGIA FORMAZIONE THUN	IL SECONDO WELFARE SHOPPER MARKETING AGENZIA MEDIA E FLUSSI DI LAVORO: DALLA PIANIFICAZIONE AL GO LIVE DI UNA CAMPAGNA L' E-MAIL MARKETING NELL'ERA DEL GDPR RETAIL POSITIONING

TURISMO TORINO

TWAGO (BERLINO)

UPS

MARKETING DEL TURISMO - TURISMO TORINO E
PROVINCIA

COMUNICAZIONE STRATEGICA 3.0

SUPPLY CHAIN MANAGEMENT NELLA MODA E NEL
RETAIL

**ITALIAN
IDENTITY**
ORGANISMO



Italian Identity è un organismo associativo operante a livello internazionale, indipendente e senza scopo di lucro, con la finalità di tutela, valorizzazione e promozione del Made in Italy attraverso la diffusione della cultura dell'autentico prodotto italiano e lo sviluppo e promozione del sistema di certificazione Italccheck.



Italccheck nasce dal desiderio di valorizzare l'importanza del prodotto italiano nel mondo, supportato da un network internazionale in grado di promuovere l'eccellenza italiana dentro e fuori l'Italia.



I NOSTRI PARTNER



AGENT PARTNER



CHI CI HA SCELTO



Italccheck promuove e certifica anche le eccellenze italiane del settore nautico. I cantieri navali Azimut, Riva Ferretti Group, San Lorenzo e Baglietto hanno scelto la certificazione Italccheck sui loro principali yacht.

www.italianidentity.org

www.italcheck.it

International Contest

Il Master in Marketing, Sales & Digital Communication offre l'opportunità ai propri iscritti di partecipare ai prestigiosi P&G Award e L'Oreal Brandstorm.

P&G AWARD



Il P&G Award rappresenta uno dei più importanti business games su scala internazionale che permetterà ai partecipanti del Master di entrare a contatto con l'universo Procter&Gamble sviluppando le proprie idee creative all'interno di questa prestigiosa competizione. I primi 6 team classificati presenteranno i loro progetti al top management di P&G a Madrid.

L'ORÉAL BRANDSTORM

L'Oreal Brandstorm è una "Business competition", associata alla prestigiosa azienda L'Oreal, che coinvolgerà gli studenti di diversi atenei internazionali tra cui i partecipanti del Master in Marketing, Sales & Digital Communication. Questa competizione consente agli studenti del Master di confrontarsi e relazionarsi con il management del gruppo L'Oreal, portando avanti le proprie ground-breaking ideas e i propri progetti competitivi, fino ad arrivare alla finale internazionale di Parigi che assegnerà i premi ai primi tre team classificati.



SME

SEDE DEL MASTER

L'intero edificio è interamente coperto dalla WI-FI UNITO e dispone di:

- 31 aule didattiche per complessivi 4.440 posti;
- 4 aule informatiche da 25 posti ciascuna;
- 2 internet point per 44 postazioni complessive;
- 6 aule studio e tavoli lettura attrezzati nei vari piani per complessive 240 postazioni;

La sede del Master in Marketing, Sales & Digital Communication è [la Scuola di Management ed Economia](#) in corso Unione Sovietica 218 bis - Torino.

BIBLIOTECA

La Biblioteca di Economia e Management è il riferimento per tutti i servizi bibliotecari necessari per la ricerca e l'insegnamento nei settori di pertinenza dei Dipartimenti di Management e di Scienze Economico-Sociali e Matematico-Statistiche e della Scuola di Management e di Economia. Sono ammessi di diritto al prestito tutti i partecipanti al Master.



Sede SME - C.so Unione Sovietica, 218 Bis.

Offerta Formativa

CREDITI FORMATIVI

80 CFU

DURATA

12 MESI

LINGUA

ITALIANO - INGLESE

FORMAT

FULL TIME

MODULI

(possibilità di svolgerli singolarmente
per gli esterni)



Lezione con Piero Iacconi, Fondatore e
Presidente di Monnalisa e Borgo Italia
International Marketing

Management Accounting
Human Resource Management
Marketing & Sales
Marketing & Social Surveys
Business Agreement
Consumer Behaviour
Business Financial Strategy
E-Business
Digital Communication &
Advertising
Retail Marketing & Concept
Store Design
Strategic Marketing

Comitato scientifico

ANNA CLAUDIA PELLICELLI

Direttore del Master in Marketing, Sales & Digital Communication
Docente di Marketing Strategico, Marketing Internazionale, Branding, Economia e
Direzione delle Imprese
Dipartimento di Management
School of Management and Economics - Università degli Studi di Torino

LUIGI BOLLANI

Coordinatore del Master in Marketing, Sales & Digital Communication
Docente di Statistica Sociale
Dipartimento di Scienze Economiche Sociali e Matematico Statistiche
School of Management and Economics - Università degli Studi di Torino

LUIGI BRUSA

Dipartimento di Management
School of Management and Economics - Università
degli Studi di Torino

Dipartimento di Management
School of Management and Economics -
Università degli Studi di Torino

MARIA CRISTINA MARTINENGO

ORESTE CAGNASSO

Dipartimento di Scienze Economiche Sociali e
Matematico Statistiche
School of Management and Economics -
Università degli Studi di Torino

LUIGI PUDDU

Dipartimento di Management
School of Management and Economics -
Università degli Studi di Torino

GIUSEPPE TARDIVO

Dipartimento di Management
School of Management and Economics - Università
degli Studi di Torino

PIERGIORGIO RE

Dipartimento di Management
School of Management and Economics
Università degli Studi di Torino

ENRICO BORGIO

Direttore mercato Cassa di Risparmio di Asti

ENRICO GENNARO

Presidente ATLEC

CLAUDIO TESTA

Direttore Marketing Biraghi

Quota di partecipazione

COSTI

La quota di partecipazione è pari a € 9.552,00 comprensiva del materiale didattico, i servizi offerti dalla Scuola di Management ed Economia di Torino ed il Corso Universitario di Specializzazione in Retail Management a Barcellona.

È rateizzabile in tre soluzioni:

- 1° rata: € 3.552,00 al momento dell'immatricolazione
- 2° rata: € 3.000,00 entro fine gennaio 2020
- 3° rata: € 3.000,00 entro fine marzo 2020

BORSE DI STUDIO

- Per la partecipazione sono previste alcune **borse di studio a copertura parziale sponsorizzate dalle aziende partner.**
- In base al regolamento di ateneo sono previste **borse di studio basate sul reddito e sul merito.**
- Convenzione con la Direzione Centrale Credito e Welfare dell'**INPS**-Gestione ex Inpdap per l'attribuzione di **borse di studio.** Possono partecipare al concorso, i figli e gli orfani di iscritti e di pensionati della Gestione ex INPDAP che concorrono per il conseguimento del primo titolo accademico di master o corso di perfezionamento. Sono esclusi dai benefici in questione coloro che hanno fruito o fruiscono, per l'anno accademico oggetto del concorso, di altri benefici.



www.master-marketing.it



+39 338 817 2214



mastermarketing.management@unito.it

annaclaudia.pellicelli@unito.it



Master Marketing Sales & Digital
Communication



Master Marketing Sales & Digital
Communication