UNIVERSITÀ DI PARMA

DIPARTIMENTO DI SCIENZE ECONOMICHE E AZIENDALI

CURRICULUM ECONOMIA E MARKETING (CLAM)

Prof.ssa Maria Grazia Cardinali

Obiettivi formativi

UNIVERSITÀ DI PARMA
DIPARTIMENTO DI SCIENZE ECONOMICHE E AZIENDALI

Il Curriculum in **Economia e Marketing (CLAM)** fornisce gli strumenti concettuali utili a:

Comprendere le esigenze dei clienti/consumatori

Proporre strategie e soluzioni operative finalizzate a soddisfare le esigenze dei clienti/consumatori
(lancio di un nuovo prodotto, lancio e gestione di una marca, sviluppo di una campagna di comunicazione)

Perché scegliere Marketing?

UNIVERSITÀ DI PARMA
DIPARTIMENTO DI SCIENZE ECONOMICHE E AZIENDALI

Il Marketing è in continua evoluzione (nuove tecnologie e big data, nuovi contesti competitivi, nuovi strumenti di analisi del consumatore, etc…)

Perché scegliere Marketing?

UNIVERSITÀ DI PARMA
DIPARTIMENTO DI SCIENZE ECONOMICHE E AZIENDALI

L'ambito di applicazione del Marketing è molto ampio (beni, servizi, politica, istruzione, salute, cultura, sport, etc ….)

Perché scegliere Marketing?

UNIVERSITÀ DI PARMA
DIPARTIMENTO DI SCIENZE ECONOMICHE E AZIENDALI

Il marketing riveste un ruolo centrale nel raggiungimento dei risultati delle imprese (redditività e quota di mercato)

Perché scegliere Marketing?

UNIVERSITÀ DI PARMA
DIPARTIMENTO DI SCIENZE ECONOMICHE E AZIENDALI

Il marketing offre un vasto ventaglio di opportunità

Le carriere nel Marketing

UNIVERSITÀ DI PARMA
DIPARTIMENTO DI SCIENZE ECONOMICHE E AZIENDALI

Marketing Executive

Product Manager

Brand Manager

Corporate Communications Manager

Marketing Analyst

Direttore Vendite

Key account executive

Customer Relationship Management

Marketing communications Manager

Direttore Pubbliche Relazioni

Retail Manager

Social media manager

Media planner/buyer

Account executive

Buyer

Merchandiser

Il Piano degli studi del CLAM

UNIVERSITÀ DI PARMA
DIPARTIMENTO DI SCIENZE ECONOMICHE E AZIENDALI

ECONOMIA DELLE FILIERE AGROALIMENTARI

MARKETING MANAGEMENT

MARKETING DEI SERVIZI

MARKETING INTERNAZIONALE

CONSUMER BEHAVIOUR

ANALISI DEI DATI PER IL MARKETING

BUSINESS ENGLISH

Lavori di gruppo in aula

UNIVERSITÀ DI PARMA

DIPARTIMENTO DI SCIENZE ECONOMICHE E AZIENDALI

Incontri con i Manager

UNIVERSITÀ DI PARMA

DIPARTIMENTO DI SCIENZE ECONOMICHE E AZIENDALI

Business Game

UNIVERSITÀ DI PARMA

DIPARTIMENTO DI SCIENZE ECONOMICHE E AZIENDALI

P&G CEO Challenge 2020

KEY DATES & FAQ | **REGISTER/LOGIN**

Click to Select Your Region

We welcome you to the **P&G CEO Challenge**: A competition which will test your aptitude for business strategy and real-life problem-solving. If you've been eager to demonstrate your ingenuity and intelligence beyond your campus, this is the chance to make an impression on a global scale.

Prepare to compete with teams from around the world to see who is most fit to be the next CEO of P&G. Top students will ascend to the Global Final in Mexico City and win the opportunity to meet P&G CEO David Taylor. First, prepare to showcase your ability to think critically about leading a brand. Best of luck!

Seminari di Marketing

UNIVERSITÀ DI PARMA
DIPARTIMENTO DI SCIENZE ECONOMICHE E AZIENDALI

Lezioni in azienda

UNIVERSITÀ DI PARMA

DIPARTIMENTO DI SCIENZE ECONOMICHE E AZIENDALI

Partecipazione a Convegni

UNIVERSITÀ DI PARMA

DIPARTIMENTO DI SCIENZE ECONOMICHE E AZIENDALI

Partecipazione a Mostre

UNIVERSITÀ DI PARMA
DIPARTIMENTO DI SCIENZE ECONOMICHE E AZIENDALI

MOSTRE

CAROSELLO. Pubblicità e Televisione

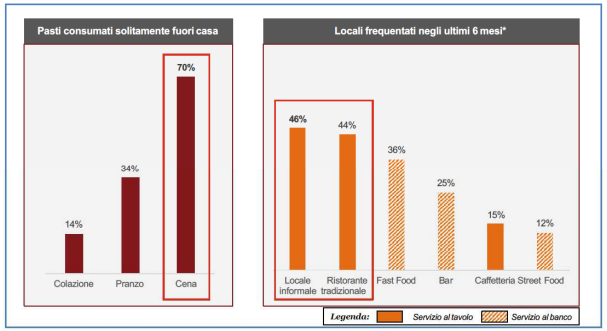
07 SETTEMBRE — 08 DICEMBRE 2019

Armando Testa, Cafè Paulista non c'è bocca che resista, (1960-65), collage e tempera su cartone. CSAC fondo Testa Università di Parma

Premio Marketing Società Italiana di Marketing

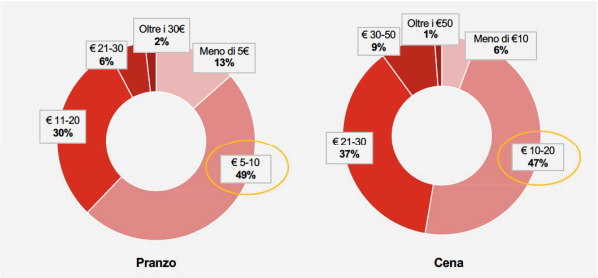
UNIVERSITÀ DI PARMA
DIPARTIMENTO DI SCIENZE ECONOMICHE E AZIENDALI

Figura 5 - I consumi fuori casa degli italiani



Fonte: aziendale

Figura 6 - Distribuzione della spesa dei consumatori italiani per pranzo e cena fuori casa



Fonte: aziendale

Sbocchi occupazionali

UNIVERSITÀ DI PARMA
DIPARTIMENTO DI SCIENZE ECONOMICHE E AZIENDALI

Il **laureato del CLAM** può ricoprire posizioni di responsabilità sia imprenditoriali che manageriali nelle funzioni **marketing**, **vendite**, **pubblicità**, **pubbliche relazioni**, **organizzazione**, **acquisti** e **logistica** delle **imprese**, delle **istituzioni** e delle **società di consulenza** operanti nei diversi settori e mercati.

La formazione di base ricevuta consente un proficuo inserimento in **tutti i corsi di laurea magistrali**.

E dopo 3 anni…
Il nostro percorso di Laurea Magistrale in TRADE E CONSUMER MARKETING (TRADE)

UNIVERSITÀ DI PARMA
DIPARTIMENTO DI SCIENZE ECONOMICHE E AZIENDALI

- Liceo Scientifico
- Laurea Triennale in Economia e Management (indirizzo CLAM)
- Trade e Consumer Marketing (TRADE)

Cosa vuole diventare?

Marketing manager, Sales account, Buyer, market Analyst, Brand manager, Key account manager, Customer manager, CRM manager

Laurea Magistrale
in TRADE E CONSUMER MARKETING (TRADE)

UNIVERSITÀ DI PARMA
DIPARTIMENTO DI SCIENZE ECONOMICHE E AZIENDALI

E' stata la prima laurea magistrale di Marketing istituita in Italia

E' la prima magistrale in Italia per copertura specialistica dei diversi aspetti del Marketing

I nostri laureati

UNIVERSITÀ DI PARMA

DIPARTIMENTO DI SCIENZE ECONOMICHE E AZIENDALI

LinkedIn

Elena Bonardi • 1°

Market Developer presso Coca-Cola Hellenic Bottling Company

Università degli studi di Parma

Federica Cotugno • 1°

Category Manager Assistant presso Parmalat Italia

Università degli studi di Parma

Luca Danielli • 1°

Sales Marketing Representative, Bolton Alimentari

Università degli studi di Parma

Giulia Fantoni • 1°

Junior Store Specialist presso Mondelēz International

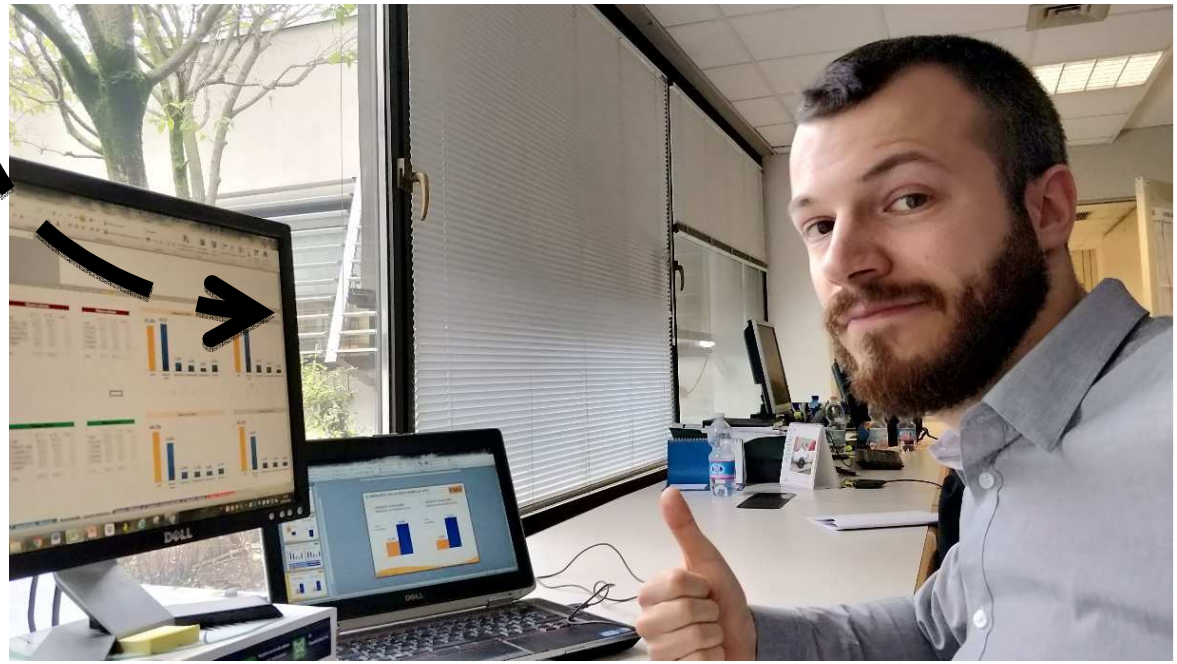
Università degli studi di Parma

Filippo Sandrini
Sales & Marketing – Area Manager

MaxMara

Nicolò Tassi
International Trade Marketing Specialist

cellularline



Virginia Zanni
Junior Brand Manager

«Ritrovarsi insieme è un inizio, restare insieme un progresso, lavorare insieme un successo»

(Henry Ford)