



**UNIVERSITÀ
DI PARMA**

**DIPARTIMENTO DI SCIENZE
ECONOMICHE E AZIENDALI**

CURRICULUM

Economia dei Mercati Internazionali

Fabio Landini

Obiettivi formativi



UNIVERSITÀ
DI PARMA

DIPARTIMENTO DI SCIENZE
ECONOMICHE E AZIENDALI

Il CLEI si propone di formare profili professionali con **competenze operative e manageriali** (es. marketing, commerciale e approvvigionamento) con particolare riferimento ad imprese operanti in **mercati internazionali**

Tali competenze riguardano la capacità di analizzare e comprendere il funzionamento/comportamento di **consumatori, imprese e mercati** in contesti **internazionali**

A ciò si associano **competenze linguistiche**: la maggior parte degli **insegnamenti** è in **lingua inglese**

Piano degli studi



UNIVERSITÀ
DI PARMA

DIPARTIMENTO DI SCIENZE
ECONOMICHE E AZIENDALI

SECONDO ANNO	CFU
Economia industriale internazionale	7

TERZO ANNO	CFU
Economia della globalizzazione 	8
Economia dei network agroalimentari 	9
Storia dell' integrazione europea	6
Cross-cultural marketing 	8
Business English 	6
Advanced Business English 	4

Sbocchi occupazionali



UNIVERSITÀ
DI PARMA

DIPARTIMENTO DI SCIENZE
ECONOMICHE E AZIENDALI

Il percorso formativo è pensato soprattutto per chi intende proseguire con una laurea magistrale, ad esempio **International Business and Development (IBD)**.

Ciò nonostante, anche il laureato triennale CLEI può ricoprire **ruoli operativi e manageriali** in imprese, organizzazioni internazionali e non governative, nonché in istituti di ricerca.

In particolare, il conseguimento della laurea permetterà di coprire posizioni professionali come:

- Assistenza ai responsabili **commercio estero** e area manager
- Assistenza ai responsabili **marketing internazionale**;
- Assistenza ai responsabili del **buying internazionale** di impresa;
- **Ricercatore** e **analista** junior in supporto **all' internazionalizzazione**

Sbocchi occupazionali



UNIVERSITÀ
DI PARMA

DIPARTIMENTO DI SCIENZE
ECONOMICHE E AZIENDALI

Assistenza commerciale estero

Si occupa di attività associate a: identificazione e contatto dei clienti esteri, gestione operativa delle loro relazioni con l'impresa, analisi strategica dei mercati e dei portafogli clienti.

Assistenza area marketing internazionale

Si occupa di analisi dei clienti e concorrenti in contesti internazionali, segmentazione dei mercati esteri, identificazione e gestione del marketing mix internazionale, e attività di comunicazione rivolte ai clienti esteri come organizzazione di fiere ed eventi promozionali.

Assistenza buying internazionale

Si occupa di coadiuvare l'attività di pianificazione degli acquisti (confrontare offerte, concordare prezzi, negoziare contratti di fornitura) con particolare riferimento a fornitori esteri

Analista junior di mercati esteri

Si occupa di offrire un servizio di supporto all'internazionalizzazione d'impresa, analizzando il funzionamento di un determinato mercato estero ed elaborando specifiche strategie di penetrazione commerciale: vantaggi competitivi, strumenti per l'internazionalizzazione (licensing, FDI, export), confronto partnership commerciali,.

Sbocchi occupazionali



UNIVERSITÀ
DI PARMA

DIPARTIMENTO DI SCIENZE
ECONOMICHE E AZIENDALI

Il laureato CLEI sarà assunto da:

- Piccole, medie e grandi **imprese** già orientate ai **mercati internazionali** o in via di **internazionalizzazione**;
- Imprese e **organizzazioni** (es. Associazioni Imprenditoriali, Sindacati, Centri di ricerca pubblici e privati, Società di consulenza, Organismi internazionali) che offrono servizi di **supporto all'internazionalizzazione**.

Per maggiori informazioni...



UNIVERSITÀ
DI PARMA

DIPARTIMENTO DI SCIENZE
ECONOMICHE E AZIENDALI

fabio.landini@unipr.it

Telefono ufficio: 0521 032413

Ricevimento: online su appuntamento

In particolare, oltre alla comune preparazione di base nelle discipline aziendali, economiche, statistico-matematiche e giuridiche, il **laureato CLEI** acquisirà **competenze** nei seguenti ambiti:

- Sviluppo e funzionamento dei **mercati internazionali**
- Attività e gestione di **imprese multinazionali**
- Analisi e gestione di **«catene globali del valore»**
- Analisi e gestione delle **filiere agroalimentari**
- **Cross-cultural marketing**
- Storia ed evoluzione **dell'integrazione europea**