



# PERCHÉ IL MiMeC?

## MARKETING MANAGEMENT - COMMUNICATION - DIGITAL E SOCIAL MEDIA MARKETING

DIREZIONE FRANCESCA GOLFETTO E CRISTIAN CHIZZOLI

**1** Un programma intensivo di **Marketing Management** in una delle più qualificate e internazionali Università europee con un focus sulle competenze pratiche delle professioni di marketing e comunicazione, sales e digital marketing, e disegnato in **ottica strategica** e in prospettiva della **gestione aziendale**

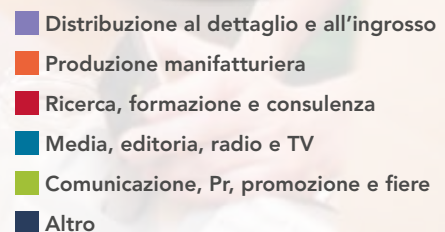
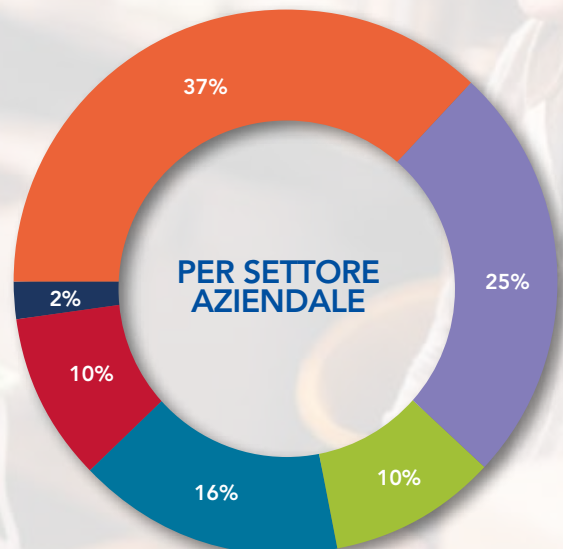
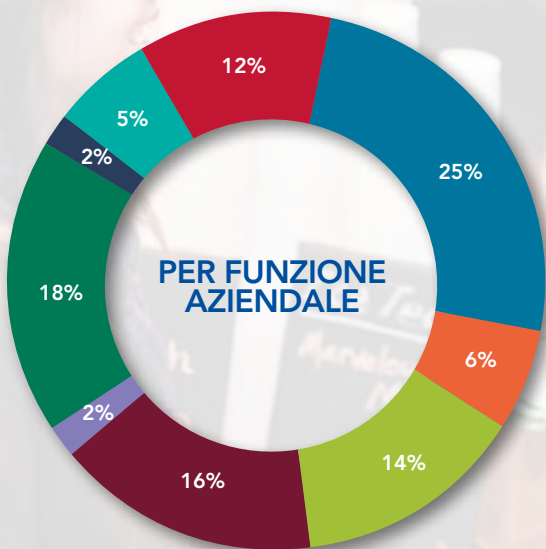
**2** Una faculty di 30 docenti, composta da **accademici** dell'Università Bocconi, della SDA Bocconi School of Management e di altre università italiane ed estere, oltre che di **practitioner** di livello internazionale, capaci di tramettere agli studenti la passione per la professione. Supportata da uno **staff dedicato** per far fronte alla gestione dei problemi quotidiani

**3** Una formazione finalizzata anche alla crescita personale, grazie allo sviluppo di **capacità relazionali, valorizzazione di sé e lavoro di squadra**, per accelerare il passaggio al mondo del lavoro. L'apprendimento si modula infatti su lezioni interattive, lavori di gruppo, sviluppo di progetti con le imprese e interazione con i migliori professionisti e manager del settore

**4** L'opportunità di entrare in contatto con le molte **imprese partner** e gli **employer** attraverso:  
- testimonianze e progetti  
- iniziative sul Job Market  
- Career Events  
- Programmi Stage dedicati  
- Network degli alumni MiMeC

**5** Oltre il **90% dei diplomati** è occupato già nei mesi successivi alla conclusione dei corsi

## DATI DI PLACEMENT\*



\*Diplomati maggio 2017, a un anno dal conseguimento del diploma





## OBIETTIVI FORMATIVI

Il Master in Marketing e Comunicazione è un programma di studio e di pratica manageriale che forma figure professionali esperte di **ideazione di prodotto, vendita, retailing, ricerca di mercato, comunicazione, eventi, digital e social media marketing**. Fondamentali per queste professioni sono la capacità di intercettare i bisogni degli utilizzatori e di individuare soluzioni innovative in un'ottica imprenditoriale.

Fornisce una solida formazione di base, offrendo al tempo stesso l'opportunità di percorsi personalizzati e di focus avanzati su specifiche professioni, che consentono agli studenti di seguire le proprie inclinazioni verso molteplici sbocchi: oltre al tradizionale consumer marketing anche marketing business-to-business, ricerche di mercato, pubblicità ed eventi, vendite e retailing, e-communication, e-commerce.

## DESTINATARI

Il master si rivolge primariamente a giovani laureati, provenienti da qualsiasi facoltà, italiana o straniera equipollente. Rappresentano elementi preferenziali per l'ammissione: una breve esperienza lavorativa (idealmente non superiore ai 2 anni) e una buona conoscenza della lingua inglese.

Sotto il profilo attitudinale, il MiMeC ricerca studenti caratterizzati da forte motivazione e iniziativa, capacità relazionali, atteggiamento costruttivo e passione per la professione.



# STRUTTURA DEL PROGRAMMA E PIANO DI STUDI

Il MiMeC prevede **due edizioni annuali**, con inizio a **settembre** e a **gennaio**, e si basa su una struttura articolata in quattro fasi di apprendimento, con un mix di teoria e pratica adatto ad accompagnare i partecipanti all'ingresso nel mondo del lavoro.

Dura **14 mesi a tempo pieno**, con frequenza obbligatoria, dal lunedì al venerdì. Il positivo completamento del percorso comporta il conseguimento di 70 crediti formativi, congiuntamente al rilascio del diploma di Master universitario in Marketing e Comunicazione.

Offrono ai laureati provenienti da discipline non economiche un bagaglio uniforme di conoscenze di base.

- Basic Market Strategy
- Bilancio e analisi di redditività

## CORSI OMOGENEIZZANTI

Sono corsi fortemente applicativi per sperimentare già in aula le professioni del settore. Prevedono la partecipazione attiva a progetti in collaborazione con le imprese, lavori di gruppo, osservazioni e attività extra aula. Gli studenti scelgono 4 laboratori all'interno di un'offerta di otto, in base alle proprie preferenze e inclinazioni professionali.

### Focus Digital Marketing

- e-Commerce
- Marketing Analytics

### Focus Research & Marketing Communication

- Marketing Research
- Advertising & Media Planning
- Marketing Events

### Focus Sales & Marketing Management

- Retailing
- Key Account Management
- Market Strategy & Planning

## LABORATORI PROFESSIONI

L'ultima fase del programma orienta verso le figure professionali e i mercati di sbocco.

Lo **stage** ha una durata minima di tre mesi e viene svolto all'interno di un'azienda.

In alternativa, gli studenti possono partecipare a un **Field Project** (individuale o di gruppo) su uno specifico progetto consulenziale o di ricerca. I partecipanti vengono supportati nella valutazione e selezione degli stage, ma la ricerca deve basarsi anche su iniziativa autonoma.

## STAGE/ FIELD PROJECT

## CORSI CORE COMPETENCE

Rappresentano il nucleo didattico centrale e sono finalizzati a costruire solide basi per la comprensione del mercato e la gestione delle attività di marketing management. Sono organizzati in blocchi tematici cui corrispondono anche i successivi laboratori di approfondimento.

### Markets and Buying Analysis

- Consumer Analysis
- Industrial Buyer

### Marketing Management

- Product & Service Management
- Integrated Marketing Communication
- Trade Marketing & Channel Management
- Dealer & Sales Management
- Pricing & Budgeting
- Digital & Social Media Marketing

## SEMINARI TEMATICI

Attività integrative finalizzate ad approfondire, insieme a esperti, alcuni temi specifici, tra cui:

- Digital Marketing - Selected Topics
- Team Building & Team Working
- Customer Relationship Management
- Self Selling
- Tecniche di vendita





## SELEZIONE E AMMISSIONE

Il processo di **selezione** prevede la valutazione dei seguenti elementi:

- curriculum vitae e risultati scolastici;
- lettera motivazionale;
- risultati del test scritto psico-attitudinale svolto presso l'Università Bocconi a Milano o, in alternativa, i risultati del GMAT.

Gli studenti interessati possono iscriversi al MiMeC seguendo la procedura online su [www.unibocconi.it/ammissionimaster](http://www.unibocconi.it/ammissionimaster).

Per l'**edizione di settembre** la domanda di ammissione va effettuata generalmente entro la **fine del maggio precedente**.

Per l'**edizione di gennaio**, la domanda va effettuata entro la **metà dell'ottobre precedente**.



Dettagli e scadenze precise relative al processo di ammissione sono disponibili su: [www.unibocconi.it/mimec](http://www.unibocconi.it/mimec)

## COSTI E FINANZIAMENTI

Il costo del MiMeC è di 14.000 euro. Il pagamento copre la maggior parte del materiale didattico e l'accesso a tutte le strutture della Bocconi.

Il MiMeC concede fino a 8 borse di merito (esenzioni parziali) per edizione, per un valore pari al 50% del costo di frequenza del programma. Le borse di merito sono assegnate ai candidati meritevoli, in base a voto di laurea, età, test di ammissione ed esperienze lavorative.

A copertura dei costi del master, i partecipanti possono beneficiare degli accordi speciali tra l'Università Bocconi e alcuni istituti di credito, che consentono di ottenere un prestito bancario a tasso agevolato.



Gli interessati devono seguire personalmente l'intera procedura su [www.unibocconi.it/finanziamentimaster](http://www.unibocconi.it/finanziamentimaster)

TUTTE LE INFORMAZIONI SUL PROGRAMMA SONO DISPONIBILI SU  
[www.unibocconi.it/mimec](http://www.unibocconi.it/mimec)



MiMeC  
Università Bocconi  
via Sarfatti 25  
20136 Milano  
tel. +39 025836.3518  
mimec@unibocconi.it  
[www.unibocconi.it/mimec](http://www.unibocconi.it/mimec)



Università  
Bocconi  
MILANO