



Inspiring your talent
Authentic post-graduate experience

MIMESM

**MASTER IN MARKETING &
SERVICE MANAGEMENT**

Fondato dal Prof. Lucio Sicca

**Presenta la domanda e partecipa alle selezioni della XXI edizione del Master
(a.a. 2024-2025)**

DATE PRINCIPALI DEL MASTER PREVISTE PER LA XXI EDIZIONE (a.a. 2024-25)

* I periodi sono stimati tenuto conto dei tempi burocratici di Ateneo

Inizio Settembre 2024
APERTURA BANDO

Fine Ottobre 2024
SCADENZA BANDO

Novembre 2024
SELEZIONI

Dicembre 2024/Gennaio 2025
INIZIO ATTIVITÀ
DI AULA

Giugno/Luglio 2025
FINE ATTIVITÀ
DI AULA

Luglio/Settembre 2025
INIZIO ATTIVITÀ DI
INTERNSHIP

NUMERI PRINCIPALI

20 edizioni

I edizione, anno a.a.
2003-04

405

Numero allievi
diplomati o
diplomandi in 20
edizioni

90%*

Allievi che hanno
svolto attività di
internship in azienda

84%*

Allievi occupati a 3
mesi dalla
conclusione del
Master

231

Borse di studio
concesse

*Dati aggiornati all'edizione XIX, il periodo di stage per l'edizione XX è attualmente in corso

DESTINATARI

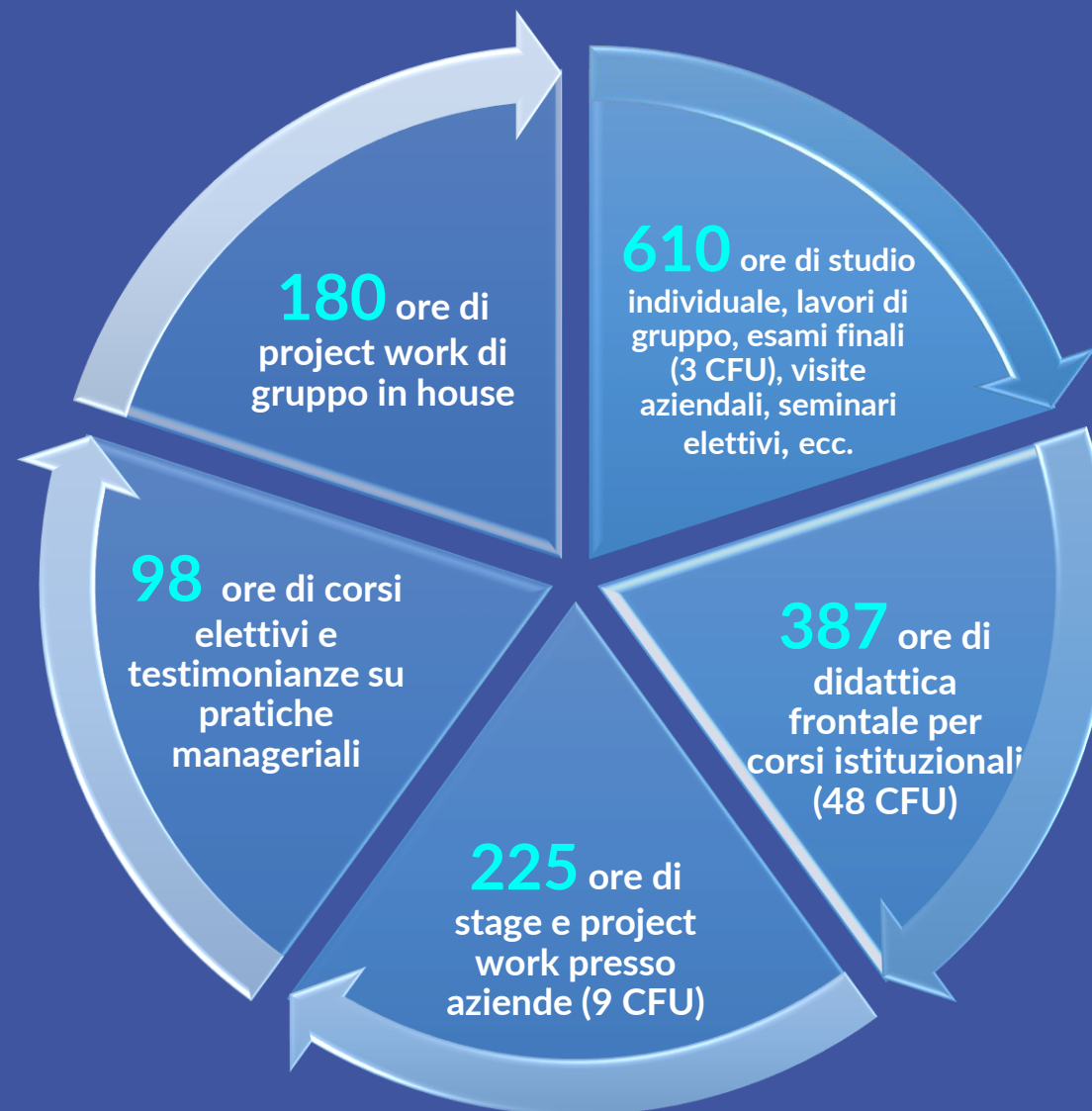


* Per le lauree specialistiche (LS) e magistrali (LM) farà fede la classe di laurea triennale o a ciclo unico (quinquennali) di appartenenza. In questi casi la laurea magistrale (LM) o specialistica (LS) costituirà oggetto di valutazione integrativa nelle voce “altri titoli” per l’accesso al Master.



ARTICOLAZIONE DIDATTICA E I MODULI FORMATIVI

1500 ore/**60** CFU in **6** mesi di aula e almeno **3** mesi di internship in azienda



CONTENUTI DEI MODULI FORMATIVI

- **387** ore di didattica frontale su corsi istituzionali
- **98** ore di corsi elettivi e di managerial practices

General Management - Business Administration

· Value Based Management & Decision Making Models · Contabilità direzionale · Gestione dello Sviluppo di Nuovi Prodotti · Organizzazione dei processi di Marketing

Customer Knowledge Management

· Metodi quantitativi per le analisi di mercato · Analisi del Business e della Concorrenza · Customer Insight & Creativity Management

Marketing Management

· Marketing & Retailing Management · Cultural Branding · Brand Communication · International Marketing ·

Entrepreneurship and Innovation Marketing

· New Entrepreneurship Marketing
· Marketing for start up
· Go-to-market strategy e VC/BA/SF

Marketing in Digital Contexts

· Marketing Management nei contesti digitali (SMM, VR, AR, NFT, Metaverso, AI)
· Marketing brand management e nuove tecnologie
· Storytelling nei contesti digitali

Retailing, Service, Entertainment Management

· Service & Customer Experience Management
· Sport Marketing · Metriche di Marketing e di Retailing · International Retailing · BtoB Marketing

Managerial Practices

(nella forma di testimonianze aziendali, context, convegni, seminari, tour aziendali)

- *Kedge Business School*
- *Lancaster University Management School*
- *University of Southern Denmark*
- *Ohio State University*
- *Porto Business School*



GMM Farma,
Comprof
Prorema,
Gruppo La Doria
Original Marines,
Barilla Group,
Miriade,
ABC International,
Sport Digital House,
Monteforte Corporation,
Carpisa,
Mail Boxes Etc,
H2O srl

*alcune aziende e società di consulenza di appartenenza nel corso degli anni

*Tutti i docenti delle materie di insegnamento del Master sono selezionati attraverso bando di concorso pubblico emanato anno per anno dall'Università degli Studi di Napoli Federico II. La Faculty si riferisce a quella dell'ultima edizione del Master (XX, a.a. 2023-24)

FACULTY corsi*

- Prof. Luigi Cantone, Professore di economia e gestione delle imprese Università degli Studi di Napoli Federico II. *Value Based Management & Decision Making Models. Marketing & Retailing Management.*
- Prof. Bernard Cova, Senior Professor of Marketing at Kedge Business School. *Cultural Branding.*
- Prof. Jay Kandampully, Professor of Service Management and Hospitality in the Department of Human Sciences at The Ohio State University, Editor in Chief of the Journal of Service Management. *Service & Customer Experience Management.*
- Dott. Prof. Svend Hollensen, Associate Professor of International Marketing at University of Southern Denmark. *International Marketing.*
- Prof. Nicholas Alexander, Professor of Marketing at Lancaster University. *International Retailing.*
- Prof. Mauro Caputo, Professore Ordinario di Ingegneria Economico Gestionale
- *Gestione dell'innovazione e della tecnologia presso l'Università degli Studi di Salerno. Gestione dello Sviluppo di Nuovi Prodotti.*
- Prof. Luigi Maria Sicca, Professore di organizzazione aziendale presso l'Università degli Studi di Napoli Federico II. *Organizzazione Aziendale.*
- Prof. Roberto Maglio, Professore di economia aziendale presso l'Università degli Studi di Napoli Federico II. *Contabilità direzionale.*
- Prof. Marco Gherghi, Ricercatore di statistica presso l'Università degli Studi di Napoli Federico II. *Metodologie di analisi di mercato multivariate.*
- Dott. Paolo Melegari, People Insight Manager presso la Barilla G & R F.Ili di Parma. *Brand communication.*
- Prof. Paolo Calvosa, Professore di economia e gestione delle imprese presso l'Università degli Studi di Napoli federico II. *Analisi del business e della Concorrenza.*
- Prof. Pierpaolo Testa, Professore di economia e gestione delle imprese presso l'Università degli Studi di Napoli Federico II. *Customer Insight & Creativity Management.*
- Dott. Vincenzo Basile, Ricercatore di economia e gestione delle imprese presso l'Università degli Studi di Napoli Federico II. *Metriche di marketing e di Retailing.*
- Dott. Nicola Cirillo, Ph.D. presso il Laboratorio di Marketing dell'Università degli Studi di Napoli Federico II, Sport Marketing presso SSC Napoli. *Events & Sport Marketing.*
- Dott. Teresa Marrone, Ricercatore di economia e gestione delle imprese presso l'Università degli Studi di Napoli Federico II. *Digital Marketing Transformation.*

Seminari e testimonianze*

- Prof. Amelia Brandao, Services Management Master Director at FEP-U.Porto, PostGraduate Programme Director at Porto Business School (PBS). [Branding: What's the Next.](#)
- Dott. Davide Basile, Chief Marketing & Digital Officer (CMO/CDO) presso Miriade Group.
- Dott. Luigi Caputo, Founder Osservatorio Italiano Esports | CEO Sport Digital House | Docente Esports e Funnel Marketing. [Events & Sport Marketing](#)
- Dott. Emidio Mansi, Direttore commerciale Italia e Global Marketing Director, Pastificio Lucio Garofalo S.p.A.
- Dott. Alessandro Carrera, Programme Director Verde Sport, Master Universitario di Primo Livello in Strategie per il Business dello Sport.
- Dott. Michele Monteforte, Founder and Senior Partner Monteforte Corporation.
- Dott. Silvia De Biasi, People Specialist at Mail Boxes Etc.
- Dott.ssa Silvia Lepore, Founder and co-CEO at H2O s.r.l.

*L'elenco riferisce all'ultima edizione del Master (XX, a.a. 2023-24).

COMITATO SCIENTIFICO

- **Prof. LUIGI CANTONE (Coordinatore Scientifico)**
- Prof. NICHOLAS ALEXANDER (Lancaster Business School)
- Prof.ssa ADELE CALDARELLI
- Prof. PAOLO CALVOSA
- Prof. BERNARD COVA' (Kedge Business School, Marsiglia)
- Prof. JAY KANDAMPULLY (Ohio State University)
- Prof. CARLO NATALE LAURO (Emeritus)
- Prof. GIANLUIGI MANGIA
- Prof. LUCIO POTITO (Emeritus)
- Prof. LUCIO SICCA (Emeritus) †
- Prof. LUIGI MARIA SICCA
- Prof. PIERPAOLO TESTA

AZIENDE «AMICHE DEL MASTER», SOSTENITRICI CON CONTRIBUTI FINANZIARI

Contributi finanziari edizione in corso ed edizione a.a. 2023-24



COMPROF®



Contributi finanziari precedenti edizioni



Fondazione
Compagnia
di San Paolo





CONTRIBUTO DI ISCRIZIONE E BORSE DI STUDIO

L'alta formazione post-laurea è un **«bene pubblico»**. Non può essere preclusa alle persone meritevoli per ragioni di natura esclusivamente economica. Per questo motivo, si è ritenuto opportuno limitare il contributo di iscrizione al Master a soli 3.500 euro anche per l'anno accademico 2023-24, nonostante il costo complessivo per allievo sia pari a 6-7.000 euro, in funzione del numero delle iscrizioni. La differenza è coperta da contributi finanziari di aziende **«Amiche del Master»**.

Per gli allievi particolarmente meritevoli, qualora si creassero le condizioni di budget, potrebbero essere erogate **premi di studio** da parte di enti e aziende partner.

Contributo di iscrizione 3.500 euro

Per opportunità di finanziamento della Iscrizione a corsi di studio universitari e post-laurea si rinvia al «Fondo Studiosi», nome del programma messo a disposizione da MIUR, soprattutto per i giovani del SUD, dal MIUR, dalla Banca Europea degli Investimenti, per favorire la ricerca e l'innovazione. Un prestito fino a 50k di euro, La Banca Europea degli Investimenti ha scelto, per la gestione del «Fondo Studiosi», il Gruppo Bancario ICCREA, a cui aderisce la Banca di Credito Cooperativo di Napoli. Per ulteriori informazioni si rinvia al seguente link;

CLICCA QUI PER MAGGIORI
INFORMAZIONI





UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI
NAPOLI FEDERICO II

Inspiring your talent
Authentic post-graduate experience

MIMESM

**MASTER IN MARKETING &
SERVICE MANAGEMENT**

Fondato dal Prof. Lucio Sicca

LABORATORIO DI MARKETING (PIANO 0, STANZA 1), DIPARTIMENTO ECONOMIA, MANAGEMENT, ISTITUZIONI

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI NAPOLI FEDERICO II, COMPLESSO UNIVERSITARIO MONTE SANT'ANGELO

VIA CINTIA - FUORIGROTTA - NAPOLI

E-mail: infomsm@unina.it, Website: www.mastersm.unina.it, Tel. 3332977615

