

Allegato A/Annex A

UNINT – FACOLTA' DI ECONOMIA/UNINT-FACULTY OF ECONOMICS			
INCARICHI DI INSEGNAMENTO OGGETTO DELLA MANIFESTAZIONE DI INTERESSE/ POSITIONS AVAILABLE FOR ADJUNCT PROFESSORS			
A.A./A.Y. 2021-2022			
CORSO DI LAUREA MAGISTRALE IN ECONOMIA E MANAGEMENT INTERNAZIONALE (LM-77)/ MASTER DEGREE IN INTERNATIONAL ECONOMICS AND MANAGEMENT			
Titolo dell'Insegnamento/Course title	S.S.D.	Ore di docenza/ Teaching hours	Semestre/ Semester*
<p>Digital marketing e social media strategy</p> <p>Il corso ha l'obiettivo di fornire agli studenti una conoscenza applicata sulle modalità di definizione e di implementazione di una strategia di marketing digitale rivolta ai mercati internazionali. Particolare attenzione dovrà essere dedicata all'approfondimento delle caratteristiche e delle modalità di funzionamento dei principali social media utilizzati per la promozione di brand e prodotti aziendali all'estero, alle strategie di SEO e all'influencer marketing. Al termine del corso, gli studenti dovranno essere in grado di elaborare un piano di marketing digitale rivolto ai mercati internazionali e di monitorarne i risultati attraverso i principali web analytics. Il corso dovrà avere un taglio pratico e interattivo, e le lezioni teoriche dovranno essere integrate con applicazioni, casi studio e testimonianze aziendali.</p> <p>Profilo richiesto: verranno presi in considerazione sia profili accademici sia professionisti con una significativa esperienza nel campo del marketing digitale. In ogni caso, si richiede una consolidata esperienza didattica nelle materie oggetto dell'insegnamento, a livello universitario o aziendale.</p> <p>Importo: Il compenso sarà individuato in relazione all'esperienza acquisita in ambito accademico e/o professionale.</p>	SECS P/08	60	II
<p>Export digitale ed e-commerce (in Italiano)</p> <p>Il corso ha l'obiettivo di fornire agli studenti una conoscenza applicativa sull'utilizzo delle piattaforme di commercio elettronico nell'ambito delle strategie di internazionalizzazione delle imprese. In particolare, le lezioni dovranno fornire una panoramica completa sullo stato attuale dell'e-commerce a livello mondiale, sull'evoluzione dell'export digitale in Italia e sulle opportunità e i profili evolutivi dell'export digitale. Sul piano applicativo, il corso dovrà focalizzarsi sulle modalità di definizione di una strategia di export digitale e affrontare sia l'impostazione di un e-commerce diretto rivolto ai mercati esteri sia la selezione e le modalità di utilizzo dei principali marketplace internazionali B2B e B2C (es. Amazon, Alibaba, Rakuten, etc.)</p> <p>Profilo richiesto: verranno presi in considerazione sia profili accademici sia professionisti con una significativa esperienza nel campo dell'export digitale e dell'e-commerce. In ogni caso, si richiede una consolidata esperienza didattica nelle materie oggetto dell'insegnamento, a livello universitario o aziendale.</p> <p>Importo: Il compenso sarà individuato in relazione all'esperienza acquisita in ambito accademico e/o professionale.</p>	SECS P/10	40	II

<p>Development economics, sustainability and cooperation (in English)</p> <p>The course will introduce students to the fundamentals of development economics and international cooperation. Upon completion of this course students are expected to be able to comprehend the classical theories of economic development and to be familiar with the most common approaches and methods aimed at analyzing, understanding and measuring inequality, development, poverty and population dynamics. Moreover, the course will enable students to use economic analysis to recognize the main obstacles for development of poor nations and to understand the role and the impact of cooperation policies employed by international organizations. Finally, students are also expected to understand and apply economic concepts associated to sustainability and to understand how the adoption of sustainable development practices and policies may contribute to the growth process and global poverty alleviation.</p> <p>Required qualification: Candidates should hold a PhD in the fields of Economics or International relations or related topics and must provide evidence of significant teaching experience in development economics courses, taught in English, at undergraduate or post-graduate level. In any case, to be considered for the position candidates must be mother tongue in English or hold a level of English of at least C1 or equivalent.</p> <p>Remuneration: Remuneration will be determined on the basis of the selected candidate's profile.</p>	SECS P/01	60	II
<p>International brand management (in English)</p> <p>The course will introduce students to the fundamentals of theory and practice of brand management. Upon completion of this course students are expected to understand the role of brands in the consumers' perception and as a source of competitive advantage in the international markets. Moreover, the course will enable students to design strategies able to build and maintain a strong identity and equity for new and existing brands, to formulate effective brand strategies (e.g. brand extension, management of brand portfolios, sub-branding) and to measure brand performance. In term of delivery, the course will be based on both lectures and case studies.</p> <p>Required qualification: Candidates should hold a PhD in the fields of Management/Marketing or related topics and must provide evidence of significant teaching experience in marketing courses, taught in English, at undergraduate or post-graduate level. In any case, to be considered for the position candidates must be mother tongue in English or hold a level of English of at least C1 or equivalent.</p> <p>Remuneration: Remuneration will be determined on the basis of the selected candidate's profile.</p>	SECS P/08	40	II
<p>* Le lezioni del primo semestre si terranno dal 4 ottobre 2021 al 15 gennaio 2022, mentre le lezioni del secondo semestre si terranno dal 21 febbraio 2022 al 21 maggio 2022/Courses scheduled in the first semester will be held between October 4th 2021 and January 15th 2022, while courses scheduled in the second semester will be held between February 21st 2022 and May 21st 2022.</p>			