



Università degli Studi di Torino
Facoltà di Economia



LETTERA DI PRESENTAZIONE

**Vuoi investire nel tuo futuro?
Comincia da qui**

Egregio Dottore/Gentile Dottoressa,

Le scrivo per presentarle il **Master in Marketing e Comunicazione della Facoltà di Economia**.

Caratteristiche:

Master universitario
Full time (10 mesi),
svolto presso la Facoltà
di Economia

Inizio del corso:

25 settembre 2012

Prove di ammissione:

Ogni mese da febbraio a
luglio 2012

Informazioni:

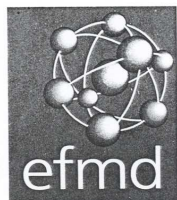
Tel 011/670.8412
(da lun a ven
h. 8.30-12.30)
e-mail:
ecodir@econ.unito.it
Masters Division: C.so
Unione Sovietica, 218
bis - 10134- Torino
I piano

Sito MMC:

www.econ.unito.it

Sito EFMD:

www.efmd.be



EUROPEAN FOUNDATION FOR
MANAGEMENT DEVELOPMENT

Perché un Master. Le imprese che hanno successo a lungo sono quelle che capiscono prima e meglio di altre cosa vuole il mercato e creano valore per i loro clienti meglio dei rivali. Ma il mercato, le tecnologie e le attese dei clienti cambiano continuamente. Per avere e mantenere il successo occorre dunque formulare e adattare continuamente le strategie di marketing. Il Master in Marketing e Comunicazione dà ai partecipanti le conoscenze del marketing come processo di creazione di valore. I partecipanti hanno la possibilità di completare la preparazione **all'estero**.

Un Master per ogni tipo di laurea. Il Master in Marketing e Comunicazione è costruito secondo gli standard internazionali. È un Master universitario in base alle norme stabilite dalla recente riforma. Dà diritto a 90 crediti. È un corso post-laurea progettato per rispondere ad un'esigenza molto sentita dai laureati: aggiornare le proprie **competenze professionali**.

A chi si rivolge. Sono ammessi al corso i **laureati** di varie Facoltà, tra le quali anche la sua. Per essere ammessi è necessario superare una prova di ammissione mirante a verificare le conoscenze di base necessarie per partecipare in modo proficuo al corso.

Prova di ammissione. Le prove di ammissione si svolgono ogni mese da febbraio a luglio 2012 presso la Facoltà. Sono a disposizione, assieme ad altri docenti del Master, per un incontro in preparazione della prova **ogni martedì dalle 18.00** al primo piano della Facoltà di Economia (su appuntamento).

Struttura del corso. Il Master è articolato nelle seguenti parti principali: Marketing strategico, Retailing & trade marketing, Pubblicità e media, Design, Marketing di settore, Marketing globale e Special topics. Il corso si conclude con un Consulting project presso un'impresa partner.

Partners. Imprese di eccellenza collaborano con il Master in Marketing e Comunicazione nella progettazione di corsi, nella docenza, offrendo borse di studio e affidando progetti agli studenti per l'ultima parte del Master. Alcune di esse sono: Accenture, Azimut Yachts, Aurora, Banca Intermobiliare, Bank of America, BasicNet (Robe K), Borsalino, Cavalieri & Associati, Centrale del Latte di Torino, Ceresa S.p.A, Crear, Deloitte & Touche, Diageo, Dimar S.p.A., Dolci Group, Eclettica, Ermenegildo Zegna, Ferrari, Ferrero, Fiat Auto, Fondazione CRT, Giorgio Armani, Hewlett-Packard, Intesa Sanpaolo, Iveco, Lavazza, Lear Corporation, Juventus F.C., Key Group, Mottura, Key-Stone, L'Oréal Paris, Martini&Rossi, McKinsey&Company, Nestlé, Partners&Partners, Pastiglie Leone, Pininfarina, Suzuki Italia, Telecom, Trevisan Dolciaria, Urmet.

Ulteriori informazioni. Siamo sul sito della Facoltà www.econ.unito.it. Il coordinamento Master (Masters Division, I piano Facoltà di Economia) è aperto dal lunedì al venerdì dalle 8.30 alle 12.30 (tel. 011/670.8412) e il martedì dalle h. 18.00 alle h. 20.00 (su appuntamento). Il modo migliore di contattarci è tramite posta elettronica: **ecodir@econ.unito.it**.

Cordialità

Prof. Giorgio Pellicelli