

Bibliografia del corso

“Gestione strategica per i mercati internazionali” Laurea magistrale in Lingue per la comunicazione turistica e commerciale a.a. 2013-2014

Per gli studenti frequentanti:

- Slide pubblicate sulla pagina del corso e appunti delle lezioni / delle testimonianze.
- Valdani, Bertoli (2010), “Mercati internazionali e marketing”, terza edizione, EGEA: par. 5.1, 5.2, 5.3 e 5.4 e capp. 8, 9, 10 e 11.
- Ferrazzi, Tacconi (2012), “Me ne vado a est”, Infinito Edizioni.
- Guenzi (2002), “La vendita relazionale”, ETAS, capp. 1, 2, 3.

Per gli studenti non frequentanti:

- Valdani, Bertoli (2010), “Mercati internazionali e marketing”, terza edizione, EGEA: cap. 1, par. 5.1, 5.2, 5.3 e 5.4 e capp. 8, 9, 10 e 11.
- Ferrazzi, Tacconi (2012), “Me ne vado a est”, Infinito Edizioni.
- Guenzi (2002), “La vendita relazionale”, ETAS, capp. 1, 2, 3.
- Cassia F. (2009), “Business-to-business branding: continuità, discontinuità e problemi aperti” (articolo pubblicato sulla pagina del corso).