

MARKETING SECS-P/10
(6 CFU)

Francesco Liardo

Il corso di Marketing intende fornire agli studenti, attraverso contenuti riguardanti l'analisi della domanda, la gestione delle leve e la pianificazione delle azioni di Marketing, gli strumenti di base per interpretare correttamente e supportare la definizione delle scelte strategiche e delle politiche commerciali aziendali; la realizzazione delle scelte e delle azioni individuate e la loro verifica.

- A** Introduzione alla pianificazione di marketing (1 CFU).
Introduzione al marketing
L'organizzazione e la funzione marketing
Le decisioni della pianificazione di marketing
- B** L'analisi della domanda (3 CFU).
La determinazione del mercato potenziale, della domanda globale e della domanda dell'impresa
L'analisi dei bisogni attraverso la segmentazione
La segmentazione dei consumatori finali
La segmentazione dei clienti industriali
La formazione delle preferenze del consumatore
Il processo decisionale d'acquisto
- C** Le politiche di marketing (2 CFU).
Le decisioni relative al prodotto
Le decisioni relative al prezzo
Le decisioni relative alla distribuzione
Le decisioni relative alla comunicazione

Testi:

- Dispense a cura del docente.

- Le pagine e le parti da curare saranno indicate dal docente secondo quanto stabilito dalla Facoltà (150 pp. circa per ogni CFU).

LEZIONI: I Semestre.