

MARKETING

Docenti

VERONICA SCUOTTO
DANIELE BALICE

email: veronica.scuotto@unito.it

Programma

- **Parte prima**

- Principi di marketing

- L'evoluzione della funzione di marketing all'interno dell'impresa
 - Definizioni classica e moderna del marketing
 - Il marketing e le altre aree funzionali dell'impresa
 - Il marketing e l'ambiente generale e specifico della impresa.

- Pianificazione strategica e di marketing

- La pianificazione strategica
 - Il marketing e le strategie competitive
 - Dalla strategia corporate alla strategia di marketing
 - Le diverse strategie di marketing in relazione alla posizione occupata dall'impresa sul mercato.

- Il mercato

- Il comportamento di acquisto del consumatore
 - Il comportamento di acquisto delle organizzazioni
 - L'analisi della concorrenza
 - Le ricerche di mercato ed il sistema informativo
 - La segmentazione
 - Il posizionamento.

- **Parte seconda**

- Le variabili del marketing mix

- Politiche di prodotto/servizio
 - Sviluppo di nuovi prodotti/servizi
 - Le politiche di prezzo: i metodi di determinazione del prezzo
 - Le politiche di distribuzione: la scelta dei canali, l'intensità di distribuzione, la gestione dei canali Strategie di promozione
 - La vendita mediante personale, la pubblicità e le pubbliche relazioni

- **Parte terza**

- Casi, esercitazioni

- Il corso viene erogato con un mix di lezioni tradizionali, team working projects, case studies e video.

NB. Il seguente programma verrà svolto dalla Prof.ssa Scuotto in congiunta con il Dott. Balice Daniele che argomenterà parte degli argomenti, sopramenzionati.

Modalità d'esame

Esame scritto, domande aperte e chiuse. Le domande prevedono: teoria, analisi di casi, commenti a decisioni strategiche, esercitazioni.

Calendario

GIORNO		ORARIO
mercoledì	02/10/2019	14.00-18.00
martedì	08/10/2019	14.00-18.00
mercoledì	16/10/2019	14.00-18.00
Mercoledì	23/10/2019	14.00-18.00
Martedì	29/10/2019	14.00-18.00
Martedì	05/11/2019	14.00-18.00
Mercoledì	13/11/2019	14.00-18.00
Martedì	26/11/2019	14.00-18.00
Martedì	03/12/2019	14.00-18.00
Mercoledì	04/12/2019	14.00-18.00

Il calendario potrebbe subire modifiche nel corso del semestre.

Materiali didattici / Libri di testo

Blythe, J. (2006). Fondamenti di marketing. Pearson Italia Spa.

Per approfondimenti è consigliato:

Kotler, P., Armstrong, G., Ancarani, F. G., & Costabile, M. (2015). *Principi di marketing*. Pearson Italia.

Per domande o chiarimenti contattare la Prof.ssa Scuotto al seguente indirizzo email:
veronica.scuotto@unito.it