

MARKETING

Docenti

VERONICA SCUOTTO
MARGHERITA STUPINO email: m.stupino@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 metodo didattico adottato prevede la discussione in aula di casi

Il seguente programma verrà insegnato dalla Prof.ssa Scuotto in congiunta con la Dott.ssa Stupino che argomenterà parte degli argomenti, sopramenzionati, fino a fine Ottobre.

Cdl Amministrazione Aziendale
Anno accademico 2018/2019

Modalità d'esame

Scritto, domande aperte, 45/60 minuti di tempo per rispondere

Materiali didattici / Libri di testo

G. PELLICELLI, Il Marketing, UTET, Torino, Ultima edizione disponibile

Per approfondimenti è consigliato:

Re, Mosca, Pellicelli, Candelo, Casalegno, Bertoldi, Giachino. Strategie di marketing digitale applicate a diversi mercati, Giappichelli Editore, 2017