Sistema centralizzato di iscrizione agli esami Programma



Università di Pisa Marketing management

DANIELE DALLI

Anno accademico

CdS MARKETING E RICERCHE DI

MERCATO

2018/19

Codice 210PP CFU 9

CFU

ModuliSettore/iTipoOreDocente/iMARKETINGSECS-P/08LEZIONI63DANIELE DALLIMANAGEMENT

Obiettivi di apprendimento

Conoscenze

Al termine del corso:

- lo studente avrà acquisito conoscenze in merito alle teorie, agli strumenti e alle metodologie per lo sviluppo di strategie di marketing relative a prodotti e servizi
- lo studente avrà acquisito conoscenze rispetto alle modalità di gestione operativa delle attività di marketing in un definito settore di business

Modalità di verifica delle conoscenze

La verifica delle conoscenze sarà oggetto della valutazione nell'ambito dell'interrogazione orale

Prerequisiti (conoscenze iniziali)

Nessun prerequisito

Indicazioni metodologiche

Le lezioni si svolgono in modo tradizionale, con ausilio di lucidi/slide/filmati, ecc.

Programma (contenuti dell'insegnamento)

- 1. Marketing Management (analisi della domanda, analisi dell'offerta, segmentazione, posizionamento, ricerche di mercato, sistemi informativi, ecc.)
- 2. Marketing theory (schools of marketing thought, market and marketing practices, linking value in experiential marketing, service dominant logic, from economic to social exchange)
- 3. Digital marketing project

Bibliografia e materiale didattico

Mattiacci, A., Pastore, A., Marketing. Il management orientato al mercato. Hoepli.

Maclaran, P., Saren, M., Stern, B., Tadajewski, M., The Sage Handbook of Marketing Theory. Sage.

Modalità d'esame

Esame orale

Ultimo aggiornamento 23/09/2018 15:06

1/1