



# UNIVERSITÀ DI PISA

## MARKETING MANAGEMENT

DANIELE DALLI

|               |                                 |
|---------------|---------------------------------|
| Academic year | 2018/19                         |
| Course        | MARKETING E RICERCHE DI MERCATO |
| Code          | 210PP                           |
| Credits       | 9                               |

| Modules              | Area      | Type    | Hours | Teacher(s)    |
|----------------------|-----------|---------|-------|---------------|
| MARKETING MANAGEMENT | SECS-P/08 | LEZIONI | 63    | DANIELE DALLI |

### 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/slides/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