



UNIVERSITÀ DI PISA MARKETING DEI SERVIZI

ANTONELLA ANGELINI

Anno accademico	2017/18
CdS	MARKETING E RICERCHE DI MERCATO
Codice	208PP
CFU	6

Moduli	Settore/i	Tipo	Ore	Docente/i
MARKETING DEI SERVIZI	SECS-P/08	LEZIONI	42	ANTONELLA ANGELINI

Obiettivi di apprendimento

Conoscenze

Il corso di Marketing dei servizi intende fornire le conoscenze utili per gestire gli aspetti di marketing nell'ambito di imprese customer oriented che erogano un servizio ovvero in quelle realtà d'impresa dove la componente di servizio dell'offerta presenta un'elevata importanza al fine della generazione di valore sia per l'impresa che per la clientela.

Modalità di verifica delle conoscenze

L'esame prevede una prova scritta con domande a risposta aperta e domande a risposta chiusa (a risposta multipla, vero/falso, completamento).

Agli studenti frequentanti è data la possibilità di partecipare ad un lavoro di gruppo con discussione finale dell'elaborato. Ad ogni elaborato sarà attribuito un punteggio (che terrà conto anche della presentazione dello stesso) il quale andrà ad aggiungersi al voto della prova scritta. Tale punteggio potrà essere 0 (lavoro non valutabile), 1 (buon lavoro), 2 (lavoro molto buono), 3 (ottimo lavoro).

Capacità

Gli studenti dovranno sviluppare capacità di problem solving delle problematiche di marketing tipiche delle imprese di servizio ciò grazie anche alla discussione in aula di business cases relativi a diversi contesti settoriali e a diversi ambiti tematici del marketing dei servizi. Tali capacità saranno inoltre approfondite grazie all'organizzazione di seminari che vedranno la presenza in aula di figure manageriali di realtà aziendali operanti nel mondo dei servizi con i quali gli studenti avranno anche modo di confrontarsi.

Modalità di verifica delle capacità

Tali capacità saranno verificate durante la discussione dei business cases in aula, durante la presentazione dell'elaborato del lavoro di gruppo e nella prova d'esame.

Comportamenti

- Lo studente avrà acquisito esperienza di discussione di problematiche di marketing di servizi all'interno di team work e in occasione dei continui confronti con il docente e i manager aziendali invitati per i seminari
- Saranno acquisite conoscenze e abilità per svolgere attività di raccolta e analisi di dati e informazioni

Modalità di verifica dei comportamenti

- Durante il lavoro di gruppo sono verificate le modalità di definizione delle responsabilità, di gestione e organizzazione delle fasi progettuali e di sintesi.
- In seguito alle attività seminariali saranno discussi in aula i principali aspetti emersi durante tali seminari. Tale attività risulterà utile agli studenti per approfondire ulteriormente la tematica trattata e per sviluppare un'ulteriore riflessione critica sulla stessa.

Prerequisiti (conoscenze iniziali)

Il corso richiede conoscenze di base di Marketing management

Programma (contenuti dell'insegnamento)



UNIVERSITÀ DI PISA

Introduzione ai servizi;

Il modello concettuale di riferimento: i Gap della qualità dei servizi (Il gap del cliente e I gap del fornitore ossia gap di ascolto, gap di progettazione del servizio e di definizione degli standard, gap di performance del servizio, gap di comunicazione)

Le aspettative e le percezioni del cliente in merito al servizio;

Capire le aspettative e le percezioni del cliente con le ricerche di marketing;

Il marketing relazionale

Il recupero del servizio

Allineare la strategia, il modello di servizio e gli standard

Erogare ed eseguire il servizio (ruolo dei dipendenti e dei clienti)

La comunicazione e le politiche di pricing dei servizi

Aspetti relativi alla profittabilità dei servizi

Costruire la fedeltà del cliente attraverso la qualità e la cura della relazione

Bibliografia e materiale didattico

Zeithaml V.A., Bitner M.J., Gremler D.D., Bonetti E., 2012, Marketing dei servizi, Terza edizione, McGraw-Hill Tutto tranne cap. 17

Materiale messo a disposizione dal docente sulla piattaforma Moodle

Indicazioni per non frequentanti

I non frequentanti potranno prepararsi all'esame facendo riferimento al testo d'esame indicato

Modalità d'esame

Prova scritta e eventuale discussione del project work

Ultimo aggiornamento 26/09/2017 16:30