



UNIVERSITÀ DI PISA

MARKETING MANAGEMENT

DANIELE DALLI

Academic year 2017/18
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 MARCO MARIANI

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

Capacità

Al termine del corso:

- lo studente saprà interpretare il processo di marketing e le sue componenti
- lo studente sarà in grado di identificare i principali step del processo di elaborazione ed attuazione della strategia di marketing
- lo studente sarà in grado di presentare in una relazione scritta i risultati dell'attività di esercitazione svolta nel corso

Modalità di verifica delle capacità

- Durante l'esame orale lo studente potrà dimostrare le proprie capacità attraverso l'analisi e la soluzione di casi concreti
- Lo studente dovrà preparare e presentare una relazione scritta che riporti i risultati dell'attività di progetto

Comportamenti

- Lo studente potrà sviluppare sensibilità alle problematiche relative al marketing
- Lo studente imparerà a condividere il lavoro di squadra in un team di progetto
- Saranno acquisite opportune accuratezza e precisione nello svolgere attività di raccolta e analisi di dati di mercato

Modalità di verifica dei comportamenti

- Durante l'esame saranno valutati il grado di accuratezza e precisione delle attività svolte
- Durante il lavoro di gruppo sono verificate le modalità di definizione delle responsabilità, di gestione e organizzazione delle fasi progettuali

Prerequisiti (conoscenze iniziali)

Nessun prerequisito



UNIVERSITÀ DI PISA

Corequisiti

Analisi del comportamento del consumatore

Prerequisiti per studi successivi

Analisi e ricerche di marketing

Indicazioni metodologiche

- Le lezioni si svolgono in modo tradizionale, con ausilio di lucidi/slide/filmati, ecc.
- Per il lavoro di gruppo, gli studenti si organizzano tra loro e formano i gruppi (si possono utilizzare le risorse informatiche del dipartimento e i PC personali degli studenti)
- Strumenti di supporto (moodle di dipartimento)
- Il ricevimento è pubblicato sul sito di dipartimento

Programma (contenuti dell'insegnamento)

1. Marketing Management (analisi della domanda, analisi dell'offerta, segmentazione, posizionamento, ricerche di mercato, sistemi informativi, ecc.)
2. Marketing operativo
3. Marketing theory (schools of marketing thought, linking value in experiential marketing, market and marketing practices)

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.

Mariani, M., Dispense di marketing operativo

Indicazioni per non frequentanti

Per coloro che non frequentano e/o non svolgono il lavoro individuale, la valutazione sarà basata sull'interrogazione che verterà su tutto il programma: tutto il manuale Mattiacci/Pastore, i capitoli in inglese e le dispense di marketing operativo.

Modalità d'esame

La prova orale consiste in un colloquio tra il candidato e il docente. Durante la prova orale potrà essere richiesto al candidato di risolvere casi concreti, davanti al docente. La durata media del colloquio è di circa 20 minuti. Nell'ambito della valutazione si tiene conto del risultato del lavoro di gruppo.

Stage e tirocini

E' prevista la collaborazione con l'associazione italiana marketing per la conduzione del lavoro di gruppo (www.premiomarketing.com)

Pagina web del corso

<https://moodle.ec.unipi.it/course/view.php?id=721>

Ultimo aggiornamento 17/12/2017 09:59