UNIVERSITÀ DI PISA

# MARKETING DEI SERVIZI

## ANTONELLA ANGELINI

| | |
|---|---|
| Academic year | 2022/23 |
| Course | MARKETING E RICERCHE DI MERCATO |
| Code | 659PP |
| Credits | 9 |

| Modules | Area | Type | Hours | Teacher(s) |
|---|---|---|---|---|
| MARKETING DEI SERVIZI | SECS-P/08 | LEZIONI | 63 | 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 di servizi customer oriented.

*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).

*Capacità*
Gli studenti dovranno sviluppare capacità di problem solving delle problematiche di marketing tipiche delle imprese di servizio 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 modo di confrontarsi.

*Modalità di verifica delle capacità*
Tali capacità saranno verificate durante la discussione di busieness cases in aula 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*
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)
Introduzione ai servizi;
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
Il marketing e la sostenibilità nelle imprese di servizi
Il marketing del turismo
Il prodotto turistico
Le strutture ricettive tradizionali e innovative all'insegna della sostenibilità
Il marketing della destinazione
Gli eventi e le attrattive turistiche

## Bibliografia e materiale didattico

**C. LOVELOCK, J. WIRTZ**, Marketing dei servizi. Risorse umane, tecnologie, strategie, Pearson, 2007 (tutto tranne i capp. 7 e 15 e le letture II e III)
**Kotler P., Bowen J.T., Makens J.C., Baloglu S. Marketing del turismo, settima edizione** (2018), par. 8.1, 8.2, 8.3, 9.5, 9.6, 9.7, 10.4, cap.13, cap.14
**Materiale messo a disposizione dal docente sulla piattaforma Moodle** (articoli scientifici, business cases, ecc.)

## Indicazioni per non frequentanti

Gli studenti non frequentanti devono prepararsi all'esame facendo riferimento ESCLUSIVAMENTE ai testi d'esame.

## Modalità d'esame

**FREQUENTANTI:**
Agli studenti frequentanti sarà data la possibilità di partecipare a un lavoro di gruppo che permetterà di acquisire dei punti (massimo 3) che andranno ad aggiungersi al voto ottenuto nella prova d'esame. Quest'ultima prevede:
Discussione lavoro di gruppo + prova scritta
**NON FREQUENTANTI**
Prova scritta (pre-test) + orale (in caso di superamento del pre-test)

*Ultimo aggiornamento 14/11/2022 11:48*