



## UNIVERSITÀ DI PISA MARKETING DEI SERVIZI

---

### ANTONELLA ANGELINI

Anno accademico	2023/24
CdS	MARKETING E RICERCHE DI MERCATO
Codice	659PP
CFU	9

Moduli	Settore/i	Tipo	Ore	Docente/i
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*

Esame scritto e eventuale discussione di un lavoro di gruppo

##### *Capacità*

Gli studenti svilupperanno 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 business 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



## UNIVERSITÀ DI PISA

---

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 turismo sostenibile

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, cap.9 tutti i paragrafi, 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 (ossia coloro che hanno partecipato al lavoro di gruppo):**

Discussione lavoro di gruppo + prova scritta con domande a risposta chiusa (risposta multipla e vero/falso).

Al punteggio ottenuto nella prova scritta sarà aggiunto il punteggio del lavoro di gruppo (da 1 a 3 punti).

**NON FREQUENTANTI**

Prova scritta con domande a risposta chiusa (risposta multipla e vero/falso) e domande a risposta aperta.

*Ultimo aggiornamento 19/09/2023 11:19*