

Facoltà	Ingegneria
Corso di Studi	Laurea Magistrale in Ingegneria Gestionale
Anno di corso/semestre	1/I

Denominazione insegnamento	Marketing
Codice insegnamento	66300
Crediti formativi insegnamento	6
Settore scientifico disciplinare	ING-IND/35
Tipo insegnamento	Monodisciplinare
Docente titolare	Testa Stefania – Enrico Rovida

Obiettivi formativi

Fornire allo studente le conoscenze sui principali elementi che costituiscono il marketing del 21esimo secolo: sviluppare strategie e piani di marketing; cogliere i segnali di mercato; coinvolgere i clienti (anche attraverso i moderni social media); creare marchi forti; comunicare valore e creare le basi per uno sviluppo sostenibile.

Programma

Cosa si intende per marketing nel 21esimo secolo. Strategie e piani di marketing; Raccolta informazioni e previsione della domanda; Indagini di mercato; Creazione di marchio forte; Fedeltà al marchio; Segmenti di mercato e target; Posizionare il marchio; Definire il portafoglio prodotti in termini delle 4 Ps; comunicazione efficace, marketing in periodi di crisi

Attività didattiche	Ore previste
Lezione	48.0
Esercitazione	0.0
Laboratorio	0.0
Corso integrativo	0.0

Riferimento bibliografici

Le dispense del corso riportano anche i riferimenti bibliografici.

Organizzazione del corso e modalità d'esame

Lezioni frontali, con svolgimento di esercizi in aula. Lavori di gruppo. Discussione in aula di letture fornite dal docente

Esame orale, con proposta di brevi esercizi da risolvere.

Propedeuticità

Non sono richieste propedeuticità.