

MARKETING
(Corso serale - ECO)
A.A. 2011-2012

Prof. Luciano BOLOGNA
luciano.bologna@uniroma1.it

I semestre (19 settembre – 21 dicembre 2011)

Obiettivo Il corso si propone l'obiettivo di delineare il ruolo del marketing nell'attuale ambiente socio-economico e nell'impresa, di interpretare le strategie di approccio al mercato delle imprese moderne e di analizzare le politiche e le leve operative utilizzate per l'attuazione del piano di marketing. L'attività di aula e lo studio individuale consentiranno ai partecipanti di sviluppare una buona capacità di analisi ed interpretazione delle problematiche di marketing management nonché capacità di "saper fare", attraverso l'acquisizione di strumenti e tecniche.

Programma

PARTE PRIMA – Il cambiamento del ruolo del Marketing

- *Il ruolo del marketing nell'impresa e nell'economia*
- *Valori emergenti e nuove problematiche del market-driven management*

PARTE SECONDA – La comprensione del comportamento del cliente

- *L'analisi dei bisogni del cliente*
- *Il comportamento d'acquisto del cliente*

PARTE TERZA – Il marketing strategico

- *L'analisi dei mercati attraverso la segmentazione*
- *L'analisi di attrattività dei mercati*
- *L'analisi di competitività dell'impresa*
- *Il mercato target e le strategie di posizionamento*
- *La scelta della strategia di marketing*

PARTE QUARTA – Il marketing operativo

- *Le decisioni di lancio dei nuovi prodotti*
- *La gestione della marca*
- *Le decisioni di distribuzione*
- *Le decisioni di prezzo*
- *Le decisioni di comunicazione di marketing*

Testi per la preparazione esame

LAMBIN J. J. *Market-driven Management. Marketing strategico e operativo*, McGraw Hill Italia, quinta edizione, 2008. Ad esclusione delle seguenti parti: paragrafi: 3.3; 5.5; 8.4; 12.5; 12.6; capitoli 14 e 17; Appendice (casi aziendali).

PASTORE A. - *Gli scenari di sviluppo del grocery* – FrancoAngeli – Milano 2008. Ad esclusione delle parti Seconda e Terza.

Calendario e Modalità d'esame

Date di esame:

L'esame potrà essere orale e/o scritto, con domande a risposta multipla e a risposta aperta. Nel caso venga fatto l'esame scritto il colloquio orale sarà facoltativo per gli studenti che conseguono all'esame scritto una votazione uguale o superiore a 25.

Non è prevista alcuna distinzione di programma per gli studenti Erasmus.

Non sono ammesse eccezioni riguardo alla data di registrazione dell'esame.

In sede di colloquio orale potranno essere riconosciuti, a discrezione del docente, punti aggiuntivi a fronte di attività / progetti svolti dagli studenti al di fuori delle attività specifiche del corso (es. project work, partecipazione a premi di marketing).

Inizio delle lezioni:

19 settembre 2011

Orario delle lezioni Aula VI/C

Lunedì 18-20

Martedì 20-22

Giovedì 20-22

Orario di assistenza (Dipartimento di Management e Tecnologie 3° piano):

Prof. Luciano Bologna:

Martedì 10 - 12

Mercoledì 18 - 20 (durante il corso Sett/Dic)

