



<b>DOCENTE: BOLOGNA LUCIANO</b>	
<b>TITOLO DELL'INSEGNAMENTO: MARKETING</b>	<b>CFU: 9</b>
<b>SSD: SECS / P08</b>	<b>ANNO ACCADEMICO: 2016/17</b>
<b>CORSO DI LAUREA: ECO</b>	<b>SEMESTRE: PRIMO</b>

#### **OBIETTIVI FORMATIVI**

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

#### **PREREQUISITI E PROPEDEUTICITA'**

Sbarramento interdisciplinare per l'accesso alla formazione mirata [A]:

- ◆ ambito aziendale: ECONOMIA AZIENDALE
- ◆ ambito economico: ECONOMIA POLITICA
- ◆ ambito giuridico: ISTITUZIONI DI DIRITTO PRIVATO o ISTITUZIONI DI DIRITTO PUBBLICO
- ◆ ambito matematico/statistico: MATEMATICA CORSO BASE o STATISTICA CORSO BASE

Propedeuticità per MARKETING = A + ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE.

#### **PROGRAMMA DEL CORSO**

##### **PARTE PRIMA – Il cambiamento del ruolo del Marketing**

- *Il concetto tradizionale di marketing*
- *Il concetto di orientamento al mercato*
- *L'impatto della globalizzazione*
- *Valori emergenti e nuove problematiche*

##### **PARTE SECONDA – La comprensione del comportamento del cliente**

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



- *Il sistema informativo di marketing*

**PARTE TERZA – L'implementazione del marketing strategico**

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

**PARTE QUARTA – L'implementazione del marketing operativo**

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

**PARTE QUINTA – L'applicazione del market-driven management**

- *Il piano di marketing strategico*
- *Casi aziendali*

**TESTI DI RIFERIMENTO**

LAMBIN J. J. *Market-driven Management. Marketing strategico e operativo*, McGraw Hill Italia, sesta edizione, 2012

**il testo è dotato di codice per l'accesso al sito dell'editore per poter scaricare approfondimenti e versione digitale**

**METODO DIDATTICO**

*lezioni, esercitazioni, gruppi di studio*

**MODALITA' DI FREQUENZA**

*La frequenza è consigliata*



### **METODI DI VALUTAZIONE**

L'esame potrà essere orale e/o scritto, con domande a risposta multipla e a risposta aperta. Per gli studenti Erasmus l'esame sarà svolto solo in forma scritta con domande a risposta multipla e a risposta aperta.

Non è prevista alcuna distinzione di programma.

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).

### **LINGUA DI INSEGNAMENTO**

*ITALIANO*

### **ORARIO, AULA E DATA INIZIO DELLE LEZIONI**

Lunedì 26 settembre 2016 alle ore 18 aula VI B

Lunedì 18-20

Martedì 18-20

Govedì 20-22

### **RICEVIMENTO STUDENTI E CONTATTI**

MARTEDI DALLE 9,30 -11

Lunedì durante il periodo del corso di lezioni dalle 17 alle 18

luciano.bologna@uniroma1.it





<b>ESAMI</b>
--------------

18 ottobre 2016 appello straordinario ore 9,30 Dipartimento di Management 3° piano  
17 gennaio 2017 1° appello ore 9,30 Dipartimento di Management 3° piano  
14 febbraio 2017 2° appello ore 9,30 Dipartimento di Management 3° piano  
16 maggio 2017 appello riservato a studenti fuori corso  
6 giugno 2017 1° appello ore 9,30 Dipartimento di Management 3° piano  
11 luglio 2017 2° appello ore 9,30 Dipartimento di Management 3° piano  
12 settembre 2017 1° appello ore 9,30 Dipartimento di Management 3° piano