



<b>DOCENTE:</b> SIMONA MORCELLINI	
<b>TITOLO DELL'INSEGNAMENTO:</b> MARKETING	<b>CFU: 9</b>
<b>SSD:</b> 13/B2 Economia e Gestione delle Imprese (SECS-P/08)	<b>ANNO ACCADEMICO:</b> 2021 – 2022
<b>CORSO DI LAUREA:</b> Scienze Aziendali corso serale	<b>SEMESTRE:</b> Secondo

#### OBIETTIVI FORMATIVI

Il corso si propone di analizzare il ruolo del marketing nell'attuale ambiente socio-economico e nell'impresa, di definire i principi fondanti del marketing management, di esaminare i principali strumenti per l'analisi di mercato, per la definizione delle strategie di marketing, per l'attuazione dei piani di marketing.

#### PREREQUISITI E PROPEDEUTICITÀ

Per sostenere l'esame di Marketing è necessario aver preventivamente superato gli esami di Economia Aziendale e di Economia e Gestione delle Imprese.

#### PROGRAMMA DEL CORSO

1. Impresa e Mercato
  - Il marketing nella società e nell'economia
  - Il marketing nell'impresa
2. L'analisi del mercato competitiva
  - Marketing intelligence
  - Analisi della concorrenza (cenni)
  - Analisi della domanda
  - Analisi del consumatore e segmentazione
3. Strategia di marketing
  - Definizione del business
  - Strategia per il posizionamento competitivo
4. Progettazione strategica della product offering
  - Prodotto
  - Brand
  - Scelte distributive
  - Posizionamento di Prezzo
  - La product offering nei servizi
5. La gestione della product offering
  - Corporate and marketing communication
  - Gli strumenti della comunicazione di marketing
  - La gestione del prezzo
  - Gestione del canale e Trade marketing
  - Gestione delle vendite e delle relazioni con i clienti (cenni)
  - Customer experience



- 6. Il management del marketing
  - Gli obiettivi e le metriche
  - Piano di Marketing (cenni)
- 7. Focus
  - Retail marketing
  - International marketing

### **TESTI DI RIFERIMENTO**

- Mattiacci A., Pastore A. (2021), "Marketing. Il management orientato al mercato", Hoepli, Milano. – Seconda edizione. (Esclusi i capitoli 4, 18, 19, 21)
- Eventuale materiale aggiuntivo, distribuito dal docente, relativo a testimonianze e casi.



### **METODO DIDATTICO**

Lezioni, esercitazioni, project work, testimonianze.

### **MODALITÀ DI FREQUENZA**

Consigliata, ma non obbligatoria.

### **METODI DI VALUTAZIONE**

L'esame è in forma scritta.

Verranno considerati ai fini della valutazione anche i risultati ottenuti nell'ambito di eventuali project work e lavori svolti in aula.

### **LINGUA DI INSEGNAMENTO**

Italiano.

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

Fare riferimento agli orari delle lezioni del Corso di Laurea pubblicati sulla pagina web del Dipartimento di Management e sul sito di facoltà.

### **RICEVIMENTO STUDENTI**

Per appuntamento, in presenza e a distanza, prenotare tramite mail all'indirizzo [simona.morcellini@uniroma1.it](mailto:simona.morcellini@uniroma1.it)

### **CALENDARIO ESAMI**

Fare riferimento al sistema INFOSTUD.