

MARKETING

disciplina prevista nel Precedente Ordinamento (PO) e nel Nuovo Ordinamento (NO)

Michele Quintano

(Istituto di Studi Aziendali)

I modulo – 6 CFU (corsi di laurea NO: SIGI-NO e tutti i corsi di laurea quadriennale del PO e corsi di diploma universitario del PO: EGST e EAI, propedeutico al II modulo di 3 CFU che è parte integrante del corso di 9 CFU dei corsi di laurea quadriennale del PO e dei corsi di diploma universitario del PO: EGST e EAI)

Gli orientamenti al marketing dell'impresa.. L'analisi del settore e della concorrenza. L'analisi degli intermediari commerciali. Il sistema informativo di marketing. La rilevanza degli studi sul comportamento del consumatore nell'ambito del marketing. Gli antecedenti del comportamento d'acquisto. L'uso delle informazione e tipologie di comportamento. Il comportamento d'acquisto delle organizzazioni. Decisioni strategiche e variabili ambientali. Lo sviluppo aziendale. La gestione del portafoglio prodotti La segmentazione della domanda e la differenziazione dell'offerta. Le politiche di marketing: il prodotto, il prezzo, la distribuzione e la comunicazione. Il piano di marketing.

Testi consigliati:

- GUATRI, VICARI, FIOCCA, Marketing, McGraw Hill, u.e.
- QUINTANO, Il comportamento del consumatore nella prospettiva del marketing, Liguori, u.e.

II modulo – 3 CFU (parte integrante del corso di 9 CFU dei corsi di laurea quadriennale del PO e dei corsi di diploma universitario del PO: EGST e EAI)

Il marketing dei servizi. Il marketing industriale. L'approccio network. Il marketing delle relazioni del contesto *consumer*.

Testi consigliati:

- GUATRI, VICARI, FIOCCA, Marketing, McGraw Hill, u.e.
- QUINTANO, Il comportamento del consumatore nella prospettiva del marketing, Liguori, u.e.
- QUINTANO, Il governo delle relazioni produttore-consumatore, Giappichelli, u.e.