



# UNIVERSITÀ DI PAVIA

Anno Accademico 2020/2021

## MARKETING

<b>Anno immatricolazione</b>	2019/2020
<b>Anno offerta</b>	2020/2021
<b>Normativa</b>	DM270
<b>SSD</b>	SECS-P/08 (ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE)
<b>Dipartimento</b>	DIPARTIMENTO DI SCIENZE ECONOMICHE E AZIENDALI
<b>Corso di studio</b>	MANAGEMENT
<b>Curriculum</b>	PERCORSO COMUNE
<b>Anno di corso</b>	2°
<b>Periodo didattico</b>	Secondo Semestre (22/02/2021 - 22/05/2021)
<b>Crediti</b>	9
<b>Ore</b>	66 ore di attività frontale
<b>Lingua insegnamento</b>	Italiano
<b>Tipo esame</b>	SCRITTO
<b>Docente</b>	ZUCHELLA ANTONELLA (titolare) - 8 CFU HAGEN BIRGIT - 1 CFU
<b>Prerequisiti</b>	Il corso richiede nozioni di base di accounting, economia e gestione delle imprese, microeconomia e statistica. Inoltre è molto importante una buona conoscenza della lingua inglese, poichè alcuni materiali didattici e casi sono disponibili solo in lingua inglese.
<b>Obiettivi formativi</b>	Obiettivo formativo del corso è sviluppare conoscenze di marketing per la gestione di organizzazioni di diversa natura e operanti in diversi settori. Accanto ad obiettivi di sviluppo di competenze funzionali relative al marketing, si mira a sviluppare competenze trasversali, in particolare soft skills quali capacità di comunicare e presentare in pubblico, capacità di lavorare in team e problem solving. Nello specifico, i risultati di apprendimento sono lo sviluppo delle conoscenze di marketing strategico ed operativo, abbinate allo sviluppo di capacità di redigere e valutare un piano di marketing. Inoltre un secondo risultato

apprendimento atteso è la formazione di capacità di risolvere problemi reali di marketing, a presentare i propri lavori in pubblico e a lavorare in gruppo.

#### Programma e contenuti

- Concetti essenziali del marketing nelle diverse organizzazioni
- La customer centric organisation: obiettivi, strumenti e metriche/KPIs
- Comportamento del cliente
- Analisi del macro e micro ambiente e ricerca di mercato. Segmentazione del mercato & persona design.
- Il marketing strategico: value proposition design, targeting, positioning
- Brand management
- Politiche di prodotto, di prezzo e di distribuzione
- La comunicazione di marketing
- Marketing digitale

#### Metodi didattici

Le lezioni si basano sulla alternanza costante di concetti e casi pratici. Agli studenti sono proposte tramite la piattaforma KIRO delle challenge individuali e dei lavori di gruppo non obbligatori. Sono previste diverse testimonianze aziendali durante il corso.

#### Testi di riferimento

Testo di riferimento è  
Zucchella A., Magnani G., Customer centric organization e comunicazione, Franco Angeli, Milano, 2019

Lecture, casi e materiali e ogni informazione sul corso e sull'esame sono reperibili su sito web unipv, piattaforma KIRO, cui lo studente può accedere con le proprie credenziali di ateneo. Per seguire il corso e sostenere l'esame è INDISPENSABILE accedere a KIRO, dove lo studente può trovare il calendario delle attività, le informazioni su programma ed esame, i lavori di gruppo e le challenge individuali e tutti i materiali per l'esame.

#### Modalità verifica apprendimento

L'esame finale è scritto con domande chiuse a risposta multipla. Durante le lezioni si offre la possibilità di sviluppare progetti e piani di marketing ad integrazione dell'esame. E' prevista la discussione e presentazione di lavori individuali e di gruppo su temi concreti di marketing proposti dalla docente e dai tutor del corso durante il tutorato. Gli studenti sono invitati a partecipare alla competizione nazionale Premio Marketing della società Italiana di Marketing. Il corso offre un tutorato ad Aprile e Maggio per la preparazione dell'esame.

#### Altre informazioni

Programma dettagliato, slides, materiali, casi, lecture e informazioni sono progressivamente caricati sulla piattaforma KIRO, accessibile dagli studenti con credenziali ateneo.

Il tutorato per la preparazione dei casi e per le esercitazioni d'esame si tiene ad Aprile e Maggio

**Obiettivi Agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile**

[\\$ibl legenda sviluppo sostenibile](#)