



UNIVERSITÀ DI PAVIA

Anno Accademico 2018/2019

MARKETING E TECNICA DELLA COMUNICAZIONE PUBBLICITARIA

Anno immatricolazione	2016/2017
Anno offerta	2018/2019
Normativa	DM270
SSD	SECS-P/08 (ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE)
Dipartimento	DIPARTIMENTO DI SCIENZE POLITICHE E SOCIALI
Corso di studio	COMUNICAZIONE, INNOVAZIONE, MULTIMEDIALITÀ
Curriculum	PERCORSO COMUNE
Anno di corso	3°
Periodo didattico	Primo Semestre (01/10/2018 - 14/12/2018)
Crediti	9
Ore	54 ore di attività frontale
Lingua insegnamento	Italiano
Tipo esame	SCRITTO
Docente	MAJOCCHI ANTONIO (titolare) - 3 CFU SESTU MARIA CRISTINA - 6 CFU
Prerequisiti	Il corso è un corso introduttivo al marketing che non richiede conoscenze specifiche pregresse
Obiettivi formativi	Il corso mira a fornire le conoscenze di base del marketing e delle tecniche di comunicazione pubblicitaria
Programma e contenuti	Introduzione al corso. Progettare la strategia e la relazione con i clienti. Creare un vantaggio competitivo. Analizzare l'ambiente di marketing dell'impresa. Ricerche di marketing. Analizzare i mercati di consumo. Analizzare i mercati delle organizzazioni. Segmentazione, targeting, posizionamento. Prodotti, servizi, marche.

Fissare e gestire il prezzo di vendita.
Canali di marketing.
Distribuzione al dettaglio e all'ingrosso.
Comunicare al mercato.
Comunicazione di massa.
Comunicazione personale, interattiva e sociale.
Marketing duale: innovazione e gestione nei mercati globali.

Metodi didattici

Lezioni frontali

Testi di riferimento

Philip Kotler, Gary Amstrong, Fabio Ancarani e Michele Costabile,
Principi di Marketing, Pearson, Quindicesima edizione.

**Modalità verifica
apprendimento**

Esame scritto sia con domande a risposta multipla che domande a
risposta aperta.

Altre informazioni

**Obiettivi Agenda 2030 per lo
sviluppo sostenibile**

[\\$1b1 legenda sviluppo sostenibile](#)