

**Programma di Marketing**  
**(Prof. Pierfelice Rosato)**  
**Università degli Studi di Bari “Aldo Bari”**  
**Dipartimento di Economia e Finanza**  
**Corso di Laurea Triennale in Economia e Commercio (a.a. 2020/2021)**

## **Obiettivi e contenuto**

L'obiettivo del Corso è approfondire i principi del Marketing ed introdurre il tema del Marketing Management al fine di analizzare gli aspetti salienti e basilari di tale fondamentale funzione aziendale.

L'idea alla base del corso consiste nel porre, nelle scelte strategiche ed operative delle imprese, i consumatori “al centro della scena”. Comprendere appieno le esigenze e i comportamenti dei clienti, definire un quadro concettuale ed operativo che consenta di investire risorse economiche, umane ed organizzative per generare valore e, una volta acquisita una solida base clienti, instaurare relazioni durature.

Il Marketing come processo complesso attraverso il quale porre al centro della gestione aziendale la capacità di creare valore per i clienti e, per questa via, instaurare relazioni con la propria clientela.

Il Corso ha una natura applicata, orientata alla presentazione e discussione di casi di studio ed è raccomandata una partecipazione attiva degli studenti durante le lezioni.

## **Programma**

In un quadro generale nel quale si pone al centro del programma la capacità dell'impresa di instaurare relazioni con la clientela che possano generare valore, il Corso declina in Principi del Marketing con un'attenzione specifica alle tecnologie digitali. Nello specifico, di seguito i principali argomenti oggetto del corso:

1. Definizione del Marketing e descrizione del processo di Marketing Management.
2. Le principali tendenze che influenzano il marketing nell'era digitale e globale.
3. La progettazione di una strategia di Marketing orientata alla relazione con il cliente.
4. Le ricerche di Marketing.
5. Analisi dei modelli di comportamento dei consumatori.
6. La segmentazione, il targeting e il posizionamento.
7. La politica di prodotto e la gestione del brand.
8. Le scelte di prezzo.
9. Retail e trade marketing.
10. La comunicazione.
11. Web e social media marketing.

## **Lecture consigliate**

Il libro che si consiglia per la preparazione dell'esame è il seguente:

Kotler P., Armstrong G., Ancarani F., Costabile M., Principi di Marketing, Pearson, edizione 2018.

## **Modalità di accertamento delle conoscenze**

L'esame è in forma orale.