

Università degli studi di Bari
Dipartimento di Scienze economiche e metodi matematici
Corso di Laurea triennale in Scienze statistiche

CORSO DI ANALISI DI MERCATO (6 crediti)

A.A. 2013-2014

Docente Prof. Giovanni Vannella

Programma

Parte I: Metodologie e tecnica di ricerca di marketing

- Le ricerche di marketing all'interno del sistema informativo di marketing
- Le ricerche di marketing: soggetti, processi, tipologie
- Le ricerche qualitative
- Le ricerche quantitative
- Il campionamento

Parte II: Le ricerche per le decisioni di marketing strategico

- Le ricerche sull'evoluzione e sul potenziale dei mercati
- Le ricerche per la segmentazione del mercato
- Le ricerche per il posizionamento dei prodotti
- Le ricerche per il lancio dei nuovi prodotti

Parte III: Le ricerche per le decisioni di marketing operativo

- Le ricerche per l'analisi delle performance di mercato del prodotto e della marca
- Le ricerche per la definizione e il controllo del prezzo dei prodotti
- Le ricerche di marketing a supporto delle decisioni distributive
- Le ricerche per la definizione e il controllo della comunicazione di massa
- Le ricerche per la definizione e il controllo della comunicazione retta
- Le ricerche per la definizione ed il controllo della promozione delle vendite
- Le ricerche per la gestione delle relazioni via web

Testi consigliati:

- **L. Molteni, G. Troilo** – *Ricerche di marketing*, McGraw-Hill Editore, 2003.