

**Programma di MARKETING OPERATIVO  
a.a. 2013/2014**

**Prof. Luca Petruzzellis**

Università degli Studi di Bari Aldo Moro  
Corso di Laurea in Marketing e Comunicazione d'Azienda

**Pre-requisiti**

Il corso richiede la propedeuticità di Ragioneria generale del I anno; inoltre, per un migliore apprendimento sono richieste conoscenze di Economia industriale e Marketing strategico.

**Obiettivi del corso**

Il Corso è incentrato sulla dimensione operativa del marketing, ovvero la traduzione sul piano operativo delle principali decisioni strategiche. Si approfondiranno gli strumenti tipici attraverso cui l'impresa definisce le sue modalità di presenza sul mercato e di conquista delle preferenze dei clienti, ovvero il marketing mix dell'impresa, riconducibile alle seguenti leve d'azione: politiche di prodotto, di prezzo, di distribuzione e di comunicazione. Alla fine del corso la dotazione degli strumenti di marketing operativo svilupperà ulteriormente la capacità di *problem solving* richiesta a uno studente di Marketing.

**Programma**

Il corso è svolto con modalità didattiche interattive che puntano a trasferire agli studenti conoscenze altamente specializzate e sviluppare attitudini e abilità di ascolto, di *strategic thinking*, *team working*, partecipazione e leadership.

Le nozioni teoriche saranno integrate da riscontri pratici, attraverso lo studio e la discussione di casi e incontri con manager di imprese nazionali. Per ciascun modulo didattico un manager presenterà un caso rappresentativo della propria azienda.

La partecipazione attiva alle lezioni e alle discussioni dei casi avrà un peso sul voto finale; pertanto, si incoraggia una partecipazione "intelligente" al corso.

**Bibliografia**

Winer R., Dhar R., Mosca F., Marketing management, Milano, Apogeo, 2013 (capp. 7-14)

Materiale didattico scaricabile da:

<http://www.uniba.it/ricerca/dipartimenti/disag/dipartimento/personale/docenti-della-facolta/pagine-docenti/petruzzellis-luca>

oppure

<http://lore.com/Marketing-operativo.1/>

**Modalità di accertamento conoscenze**

La valutazione si articola nel seguente modo:

*Per i frequentanti*

- *Projectwork* su un tema assegnato dal docente da svolgere in gruppo (massimo 5 studenti). Pesa il 25% del voto finale.
- esame in forma *scritta*. La durata della prova sarà di 70 minuti. La modalità "frequentante" sarà mantenuta per i primi 3 appelli. Pesa il 50% del voto finale.
- Esame in forma *orale*. Pesa il 25% del voto finale.

*Per i non frequentanti*

- esame *scritto e orale*. Le domande dello scritto saranno relative a un caso aziendale consegnato all'inizio della prova scritta e al modulo quantitativo. Esse saranno finalizzate a valutare la capacità di applicare al caso i contenuti del corso. La durata della prova sarà di 70 minuti. L'esame non prevede la possibilità di consultare alcun libro di testo.

**Forme di assistenza allo studio**

Ricevimento e tutoraggio per il projectwork

**Organizzazione della didattica**

Il corso si articola con lezioni interattive, esercitazioni sulla parte quantitativa, incontri con manager di imprese, lavoro individuale e di gruppo per il projectwork.