

MARKETING

Patrizia de Luca

DEAMS

Dipartimento di Scienze Economiche, Aziendali, Matematiche e Statistiche



**UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI TRIESTE**

Deams

Dipartimento di
Scienze Economiche, Aziendali,
Matematiche e Statistiche "Bruno de Finetti"

PRESENTAZIONE DEL CORSO DI MARKETING

2024-25

Marketing: obiettivi del corso

- **Conoscenze** fondamentali di marketing
- **Competenze** di base per la progettazione di un piano di marketing

SAPERE



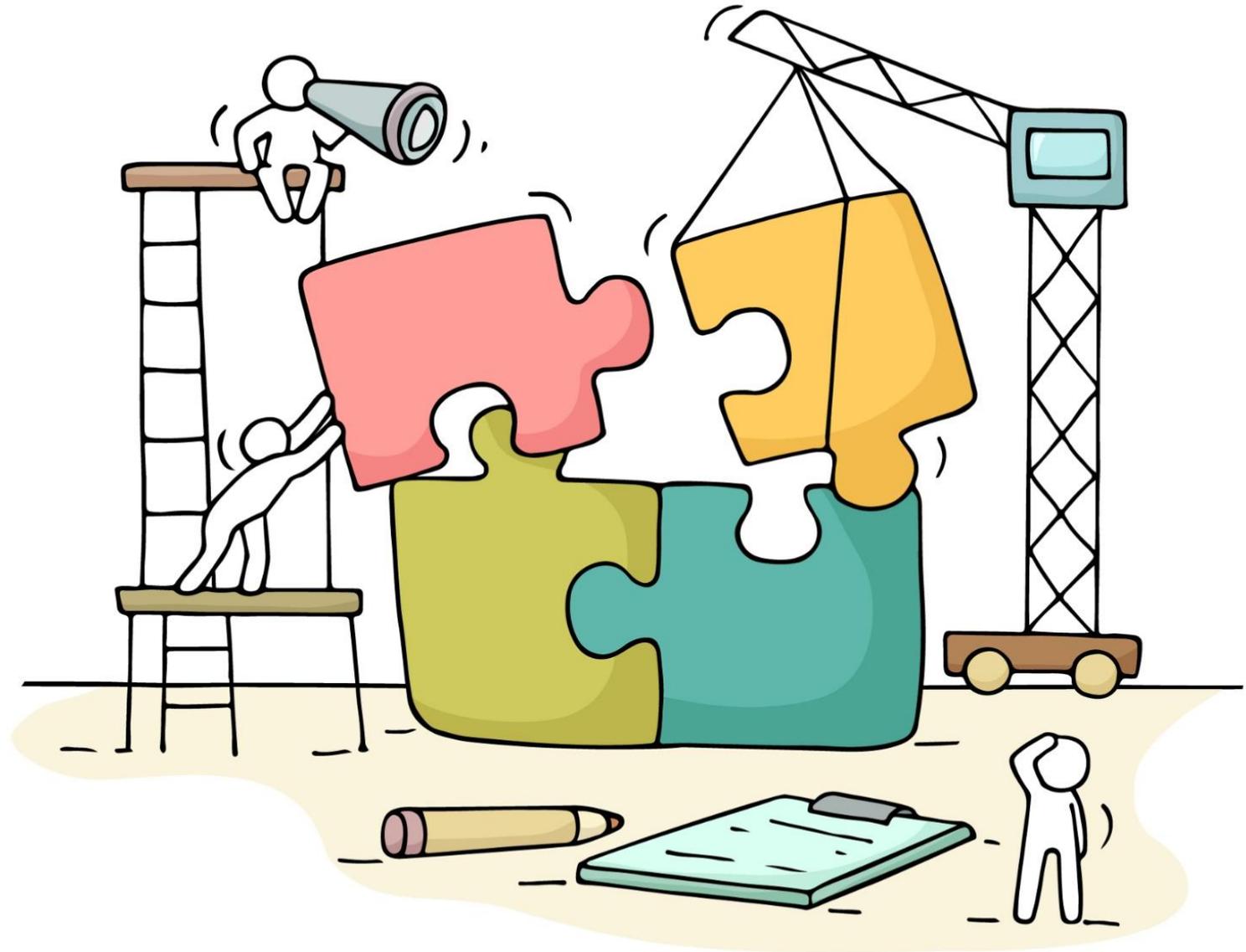
SAPER FARE

Marketing

processo volto a favorire
lo **scambio di valore**
tra domanda e offerta



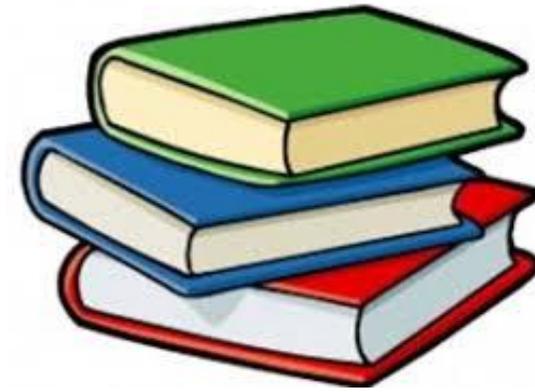
Quale offerta di valore?



Esercitazione in piccoli gruppi

Azienda	Anno di nascita Sede	Gruppo	Prodotti / Aree di business	Missione	Visione	Altro
Illycaffè						
Lavazza						
Nestlé / Caffè						
Pellini						
Starbucks						

Programma (1/2)



1. CAPIRE I PROCESSI DI MARKETING

- Marketing: costruire una relazione di valore con il cliente
- Progettare la strategia per creare valore e vantaggio competitivo
- Il processo di marketing management e il piano di marketing

2. ANALIZZARE CONSUMATORI E MERCATI

- Analizzare l'ambiente di marketing dell'impresa
- Analizzare i mercati B-to-C e B-to-B
- Ricerche di marketing: cenni e rinvii

3. MARKETING STRATEGICO: PROGETTARE IL MARKETING

- Obiettivi e strategie di marketing
- Segmentazione, Targeting, Posizionamento

Supporti didattici

Testi di riferimento:

- Kotler, Armstrong, Ancarani, Costabile (2019), *Principi di marketing*, Pearson, Milano.
- Materiale didattico a cura del docente (MSTeams).

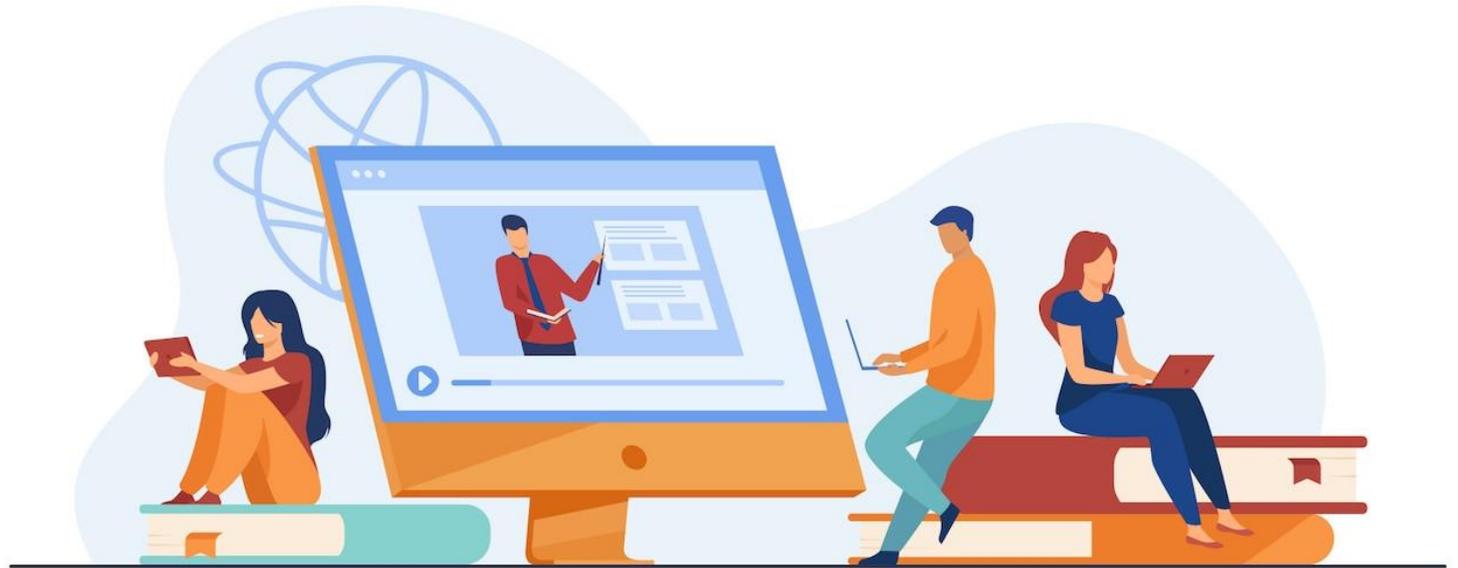
Altre letture consigliate:

- Kotler P., Kartajaya H., Stiamwan I. (2017), *Marketing 4.0. Dal tradizionale al digitale*. Hoepli, Milano.
- Altre letture utili potranno essere consigliate durante il corso.



Metodi didattici

- Lezioni
- Seminari e/o testimonianze esterne (anche online)
- Esercitazioni e/o partecipazione a progetti in piccoli gruppi



Altre informazioni

- **Crediti:** 9 cfu
 - 60 ore di lezione
 - Studio individuale (su libro di testo e materiale didattico)
- **Propedeuticità:** Economia Aziendale
 - per gli studenti dei Corsi di Laurea del DEAMS che la prevedono

Verifica della conoscenza

- **Esame scritto e orale**
- **Sessioni e appelli:**
 - Sessione invernale: 3 appelli;
 - Sessione estiva: 2 appelli;
 - Sessione di settembre: 1 appello
 - Altri eventuali appelli straordinari solo per studenti fuori corso
- **L'esame viene normalmente svolto in due fasi (nello stesso appello):**
 - Prova scritta: il superamento con un punteggio di almeno 18/30 consente di essere ammessi all'esame orale;
 - Prova orale
- **Il programma del corso e le modalità d'esame sopra indicate valgono anche per gli studenti in mobilità internazionale (Erasmus o altri programmi di scambio) e per gli studenti non frequentanti.**

Per ulteriori informazioni

- E-mail: patrizia.deluca@deams.units.it

- **Ricevimento:**

Consultare la pagina dedicata al ricevimento del docente

Eventuali altre informazioni saranno comunicate anche sul sito del DEAMS (Avvisi dai docenti): www.deams.units.it



**UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI TRIESTE**

Deams

Dipartimento di
**Scienze Economiche, Aziendali,
Matematiche e Statistiche "Bruno de Finetti"**

FINE DELLA PRESENTAZIONE

patrizia.deluca@deams.units.it