



## **CORSO DI LAUREA IN SCIENZE DELL'AMMINISTRAZIONE**

**A.A. 2000/01**

### **PROGRAMMA DEL CORSO DI**

# **MARKETING**

***PROF. MICHELE QUINTANO***

### **PROGRAMMA**

I principi del marketing management. L'evoluzione del marketing management: gli stadi evolutivi. La centralità della soddisfazione del consumatore per la realizzazione delle finalità dell'impresa. Le relazioni tra il marketing e la microeconomia.

Il marketing all'interno del sistema impresa. Il sistema di marketing. I differenti ruoli configurabili della funzione marketing all'interno del sistema aziendale. L'organizzazione dell'attività di marketing.

Le peculiarità dei servizi e le loro implicazioni per il marketing. Modelli di gestione del marketing dei servizi. Applicazione al contesto dei servizi pubblici.

Nuovi orientamenti negli studi del marketing: il marketing delle relazioni.

Il sistema informativo di marketing. Modelli di analisi della soddisfazione del consumatore.

Le prospettive d'analisi del comportamento del consumatore.

Il piano di marketing. Aspetti di pianificazione delle attività di marketing.

La segmentazione del mercato: macrosegmentazione e microsegmentazione. Il posizionamento competitivo del prodotto o della marca.

Il marketing operativo. Le politiche di prodotto e di servizio. Le politiche di prezzo. Le politiche di comunicazione. Le politiche di distribuzione.

### **TESTI CONSIGLIATI**

- ❑ G. COZZI, G. FERRERO, *Marketing. Principi, metodi, tendenze evolutive*, 2<sup>a</sup> edizione, Giappichelli Editore, 2000.
- ❑ L. GUATRI, S. VICARI, R. FIOCCA, *Marketing*, McGraw-Hill Italia., 2000.
- ❑ M. QUINTANO, *Il comportamento del consumatore nella prospettiva del marketing*, Liguori Editore, 2000.