

MARKETING

Tecnica pubblicitaria

Per l'ulteriore parte del modulo si veda: Economia e gestione dell'impresa

Prof. Paolo Di Betta

6 cfu

Obiettivi e struttura del corso

Obiettivo del corso è l'analisi del rapporto tra impresa e mercato: il marketing infatti studia i comportamenti delle imprese in relazione alle proprie attività di scambio. Gli studenti verranno dotati anche di una serie di strumenti operativi, illustrati nelle esercitazioni, così da integrare teoria e pratica. La struttura del corso si articola lungo le due direttrici del marketing strategico e del marketing operativo: la prima si occupa dello studio delle caratteristiche principali dell'ambito competitivo in cui le imprese sono inserite, la seconda si concentra sugli strumenti tipici delle politiche di mercato.

Bibliografia di base

- L. Guatri, S. Vicari, R. Fiocca, *Marketing*, McGraw Hill Italia.

Altro materiale verrà distribuito in aula e/o saranno forniti ulteriori riferimenti bibliografici.

Il corso segue quello di "Economia e gestione delle imprese"

Esame in forma orale

Orario di ricevimento:

nell'ora che precede le lezioni

Sede di ricevimento:

P.za I. Florio 9° piano

Le lezioni si svolgeranno nel secondo semestre