

INSEGNAMENTO	DOCENTE	CFA
Marketing e analisi di mercato	Emilio Goj	6

OBIETTIVI FORMATIVI E RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI ►Comprendere la logica che sottende una visione di marketing. Conoscere gli elementi base della materia. Comprendere come il digitale ha modificato i principi base della materia, introducendo nuove prospettive.

APPORTO SPECIFICO AL PROFILO PROFESSIONALE / CULTURALE ►L'insegnamento spiega come comprendere i vari mercati. E' utile per comprendere gli sbocchi pratici di qualsiasi specializzazione. Particolare attenzione è stata data a ricerche di mercato e comunicazione. Il corso si presta, in modo più specifico, per chi intende lavorare nella pubblicità, nelle indagini di mercato, nel design

PREREQUISITI RICHIESTI ►nessunp

CONTENUTI DELL'INSEGNAMENTO ►

	ore
La filosofia del marketing.	4
Gli elementi base (target, posizionamento, 4 P)	8
La Comunicazione	8
Il prodotto	8
Il prezzo	6
La distribuzione	8
Il marketing 4.0	18

ARGOMENTI ►

- Definizioni di marketing e di marketing communication
- Gli elementi base del marketing: posizionamento, target, le quattro leve principali (prodotto, prezzo, distribuzione e comunicazione)
- Analisi del mercato
- La leva del “prodotto”
- La leva del “prezzo”
- La leva della “comunicazione” e le sue sotto-leve
- La leva della “distribuzione”
- Applicazione dei principi del marketing in settori extra-aziendali (arte e cultura, sport, politica)
- Il marketing 4.0: concetto e filosofia
- Il potere dei clienti connessi
- I paradossi del marketing dei clienti connessi
- Le sottoculture digitali
- Dalle quattro P alle quattro C
- Il viaggio del cliente da Aida alle quattro A, alle cinque A, con il nuovo concetto di fidelizzazione

- Gli indici “par” e “bar”
- Archetipi di settore e best practice

METODI DIDATTICI ► [lezioni frontali](#)

BIBLIOGRAFIA ►

Marketing management di Kotler, Keller, Ancarani, Costabile. Editore Pearson

Marketing 4.0 dal tradizionale al digitale di kotler, Kartajaya, Setiawan. Editore Hoepli