

Calendario lezioni di Marketing + Marketing (fondamenti) VERONA

AULA		giorno		ORA	DOCENTE	contenuti
EMIS + EA	A/B	01/10/2008	MERCOLEDI	13,30-15,00	SIGNORI	Presentazione del corso. I concetti di marketing. Il processo di marketing management.L'iceberg di Abell. La matrice ambiente-orientamento (Levitt).
solo EMIS	B	02/10/2008	GIOVEDI	9,00-10,30	GAUDENZI	Bisogni - Desideri - Domanda.Gli stati della domanda.
		03/10/2008	VENEDI	14,30-16,30		lezione sospesa
EMIS + EA	A/B	06/10/2008	LUNEDI	12,30-14,30	RUSSO	I concetti del mercato (Il mercato potenziale-disponibile-disponibile qualificato-servito-reale o penetrato.) L'analisi della concorrenza (a livello di bisogno, di categoria, di marca, di prodotto) Concorrenza allargata, indiretta, diretta.
EMIS + EA	A/B	08/10/2008	MERCOLEDI	13,30-15,00	GAUDENZI	Il comportamento dell'acquirente: orientamenti accademici e pragmatici. Gli stadi del processo d'acquisto. I ruoli del processo d'acquisto. I comportamenti: complesso, volto alla riduzione della dissonanza, ricerca della varietà, abituale.
EMIS + EA	A/B	10/10/2008	VENEDI	14,30-16,00	GAUDENZI	Creare relazioni con i clienti e valore con il marketing CRM e marketing relazionale.
EMIS + EA	A/B	13/10/2008	LUNEDI	13,00-14,30	GAUDENZI	Le strategie di sviluppo: intensivo, integrativo, diversificativo. Lo sviluppo intensivo: ANSOFF.
EMIS + EA	A/B	15/10/2008	MERCOLEDI	13,30-15,00	RUSSO	Analisi di portafoglio. Leggere la BGC in ottica marketing. Cenni sulle strategie dell'impresa leader, dalla sfidante, dell'imitatrice e delle imprese di nicchia.
solo EMIS	B	16/10/2008	GIOVEDI	9,00-10,30	RUSSO	Approfondimenti di marketing strategico: ripresa della BCG e sua evoluzione. La GE. Le strategie di attacco e di difesa. Esercizi e discussione.
EMIS + EA	A/B	17/10/2008	VENEDI	14,30-16,00	GAUDENZI	La segmentazione del mercato al consumo. I criteri e le variabili di segmentazione. I requisiti del segmento sfruttabile. La valutazione dei segmenti. Modalità Derek/Abell. Il targeting.
EMIS + EA	A/B	20/10/2008	LUNEDI	13,00-14,30	SIGNORI	Strategie di posizionamento. Le tecniche di analisi: mapping, matching, relazione emotiva. Il Mapping: come si selezionano le variabili; come si creano le mappe di posizionamento. Il processo di scelta di posizionamento: gli errori, gli studi di riposizionamento. Strumenti di differenziazione.
EMIS + EA	A/B	22/10/2008	MERCOLEDI	13,30-15,00	RUSSO	il mercato globale --- marketing internazionale - entrata mercati esteri
solo EMIS	B	23/10/2008	GIOVEDI	9,00-10,30	SIGNORI	Il doppio posizionamento strategico
EMIS + EA	A/B	24/10/2008	VENEDI	14,30-16,00	GAUDENZI	Azioni di marketing e ciclo di vita del prodotto.
EMIS + EA	A/B	27/10/2008	LUNEDI	13,00-14,30	SIGNORI	M.MIX= product (classificazione; ciclo di vita; assortimento; confezione; servizi; nuovi prodotti)
EMIS + EA	A/B	29/10/2008	MERCOLEDI	13,30-15,00	RUSSO	M.MIX= product (marca). la gestione dei prodotti e delle marche
solo EMIS	B	30/10/2008	GIOVEDI	9,00-10,30	RUSSO	il lancio di nuovi prodotti
EMIS + EA	A/B	31/10/2008	VENEDI	14,30-16,00		lezione sospesa
EMIS + EA	A/B	03/11/2008	LUNEDI	13,00-14,30	SIGNORI	M.MIX= price (prezzo di un nuovo prodotto - penetrazione o scrematura; analisi dei costi; metodi di determinazione del prezzo base; definizione del prezzo finale di vendita; prezzi psicologici; discriminazione dei prezzi)
EMIS + EA	A/B	05/11/2008	MERCOLEDI	13,30-15,00	GAUDENZI	M.MIX= place (attività distributive; struttura dei canali; processi; tipologie; alternative distributive. Cenni sulla logistica e sul Customer Service).La gestione dei canali di marketing
EMIS + EA	A/B	07/11/2008	VENEDI	14,30-16,00	GAUDENZI	M.MIX= promotion (pubblicità; relazioni esterne; personale di vendita) + focus pubblicità
EMIS + EA	A/B	10/11/2008	LUNEDI	13,00-14,30	SIGNORI	price 2
EMIS + EA	A/B	12/11/2008	MERCOLEDI	13,30-15,00	SIGNORI	M.MIX= promotion (comunicazione: processo, target e obiettivi; promozione delle vendite; relazioni esterne; personale di vendita) + budget di comunicazione
EMIS + EA	A/B	14/11/2008	VENEDI	14,30-16,00	SIGNORI	Il piano di marketing - il budget - i controlli
EMIS + EA	A/B	17/11/2008	LUNEDI	12,30-14,30	RUSSO	IL CASO DI MARKETING
EMIS + EA	A/B	19/11/2008	MERCOLEDI	13,30-15,00	GAUDENZI	lezione di ripasso, domande, simulazione temi d'esame
solo EMIS	B	20/11/2008	GIOVEDI	9,00-10,30	SIGNORI	Le ricerche di marketing
solo EMIS	B	21/11/2008	VENEDI	14,30-16,00	GAUDENZI	Merchandising
solo EMIS	B	24/11/2008	LUNEDI	13,00-14,30	SIGNORI	Customer Service Audit
solo EMIS	B	26/11/2008	MERCOLEDI	13,30-15,00	GAUDENZI	TESTIMONIANZA LESO
		27/11/2008	GIOVEDI			lezione sospesa
solo EMIS	B	28/11/2008	VENEDI	14,30-16,00	GAUDENZI	Marketing e Logistica
solo EMIS	B	01/12/2008	LUNEDI	13,00-14,30	SIGNORI	Supply chain management
solo EMIS	B	03/12/2008	MERCOLEDI	13,30-15,00	GAUDENZI	Marketing e Logistica 2
solo EMIS	B	04/12/2008	GIOVEDI	9,00-10,30	RUSSO	Internet marketing
solo EMIS	B	05/12/2008	VENEDI	14,30-16,00	GAUDENZI	Crisis management e risk management. Esperienze e casi.
solo EMIS	B	10/12/2008	MERCOLEDI	13,30-15,00	SIGNORI	marketing alternativo - le nuove tendenze nella comunicazione aziendale
solo EMIS	B	11/12/2008	GIOVEDI	9,00-10,30	SIGNORI	le promozioni di vendita
solo EMIS	B	12/12/2008	VENEDI	14,30-16,00	GAUDENZI	Casi
solo EMIS	B	15/12/2008	LUNEDI	13,00-14,30	SIGNORI	pubblicità comparativa oppure relazioni esterne, personale di vendita
solo EMIS	B	17/12/2008	MERCOLEDI	13,30-15,00	SIGNORI	l'analisi SWOT
solo EMIS	B	18/12/2008	GIOVEDI	9,00-10,30	SIGNORI	TESTIMONIANZA
solo EMIS	B	19/12/2008	VENEDI	14,30-16,00	GAUDENZI	LEZIONE DI RIPASSO FINALE PROVE E SIMULAZIONE D'ESAME