

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI TERAMO ANNO ACCADEMICO 2017/2018

# UNITE

**CORSO DI MARKETING**



**PROF.  
LISANNA MARCOZZI**

# **PROF. LISANNA MARCOZZI**

**Docente di Marketing A.A. 2017/2018**

**Direttore di UNITE PLUG - Incubatore di imprese dell'Università degli Studi di Teramo**

**Diploma di laurea in economia e commercio conseguita presso l'Università degli Studi di Bologna**

**Abilitazione alla professione di Dottore Commercialista**

**C.E.O. e Co Founder THE LAB PROGETTAZIONE & IMPRESA - Società di progettazione e sviluppo d'impresa, attrazione degli investimenti e il tutoring di start up**

# IL CORSO

L'insegnamento ha la finalità di approfondire in maniera sistematica le aree strategiche del marketing e le modalità di creazione di valore per il cliente e l'azienda.

In particolare, l'insegnamento affronta nel dettaglio le tematiche teorico e pratico-manageriale in ambito economico-aziendale legate all'analisi del mercato, all'identificazione del cliente e allo sviluppo di strategie di marketing-mix strutturate per offrire performance di valore superiore al cliente, nonché incrementare le performance organizzative aziendali.

L'insegnamento cercherà di meglio comprendere il ruolo del marketing nella società in generale, nell'ambito aziendale e, più nel dettaglio, nel definire azioni strategiche d'azienda mirate ed efficaci.

L'obiettivo principale dell'insegnamento è quello di fornire le competenze e le conoscenze necessarie per comprendere e gestire la funzione di Marketing all'interno delle organizzazioni aziendali.

A tal fine, saranno oggetto di discussione e approfondimento conoscitivo le tematiche legate all'ambiente di marketing, al comportamento dei consumatori, alla segmentazione del mercato, al targeting, al posizionamento dell'azienda, allo sviluppo del prodotto e dei servizi, alla definizione del prezzo, alla scelta del luogo, alla comunicazione e alla promozione, nonché alla definizione ed implementazione del marketing strategico aziendale integrato con i temi dell'etica e della responsabilità sociale.

**Il corso è suddiviso in 4 parti**

**4**

1

## **ANALISI E STUDIO DEL MANUALE DI TESTO**

**IL PROCESSO DI MARKETING:**

**COME INIZIARE**

**CAPIRE I CONSUMATORI E I MERCATI**

**INDIVIDUARE LE OPPORTUNITÀ DI MARKETING**

**SODDISFARE LE OPPORTUNITÀ DI MARKETING**

2

## **CASE HISTORY**

**DURANTE IL CORSO SARANNO ANALIZZATI**

**ALCUNI CASI DI STUDIO UTILI PER ACQUISIRE**

**BEST PRACTICE ED EVIDENZIARE WIN AND**

**FAIL DI STRATEGIE ADOTTATE DA BRAND ED**

**AZIENDE DI VARIE DIMENSIONI E SETTORI**

3

## **TESTIMONIALS**

**DURANTE IL CICLO DI LEZIONI**

**OSPITEREMO GLI SPEECH E GLI**

**APPROFONDIMENTI DI PROFESSIONISTI**

**DEL MARKETING PROVENIENTI DA REALTÀ**

**NAZIONALI ED INTERNAZIONALI CON**

**RUOLI SIA STRATEGICI SIA ESECUTIVI**

4

## **LABORATORI DIDATTICI**

**DURANTE IL PERIODO DELLE LEZIONI**

**VERRANNO ORGANIZZATI LABORATORI DI**

**APPROFONDIMENTO SU TEMATICHE DI**

**INTERESSE QUALI AD ESEMPIO IL**

**DIGITAL MARKETING**

