

# SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE (LB36)

(Università degli Studi)

## Insegnamento MARKETING

GenCod A002641

**Docente titolare** ALESSANDRO MARIA PELUSO

**Insegnamento** MARKETING

**Insegnamento in inglese** MARKETING

**Settore disciplinare** SECS-P/08

**Corso di studi di riferimento** SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE

**Tipo corso di studi** Laurea

**Crediti** 6.0

**Ripartizione oraria** Ore Attività frontale: 30.0

**Per immatricolati nel** 2015/2016

**Erogato nel** 2017/2018

**Anno di corso** 3

**Lingua** ITALIANO

**Percorso** PERCORSO COMUNE

**Sede**

**Periodo** Secondo Semestre

**Tipo esame** Orale

**Valutazione** Voto Finale

**Orario dell'insegnamento**

<https://easyroom.unisalento.it/Orario>

### BREVE DESCRIZIONE DEL CORSO

Il corso fornisce modelli di riferimento per interpretare il ruolo del marketing nelle strategie di segmentazione dei mercati e posizionamento dei prodotti, la pianificazione dei messaggi e la scelta dei mezzi di comunicazione, nonché lo sviluppo di tutte le moderne forme di comunicazione aziendale.

### PREREQUISITI

Nessuno

### OBIETTIVI FORMATIVI

Al termine del corso gli studenti devono essere in grado di elaborare delle strategie di marketing, redigere un piano di marketing, ed implementare le azioni operative strumentali al raggiungimento di specifici obiettivi di marketing.

### METODI DIDATTICI

Lezioni frontali, esercitazioni e/o seminari

### MODALITA' D'ESAME

PROVA FACOLTATIVA:

- Lavoro di gruppo oppure prova scritta (6 domande a risposta aperta sul Modulo B - Parte Monografica)

PROVA OBBLIGATORIA:

- Prova scritta (6 domande a risposta aperta sul Modulo A - Parte Istituzionale).

### ALTRE INFORMAZIONI UTILI

Le lezioni avranno inizio mercoledì, 28 febbraio 2018, e proseguiranno secondo il seguente calendario:

- Mercoledì, h. 15-18, Aula E9
- Giovedì, h. 15-18, Aula D11

Il ricevimento del Docente è fissato al giovedì, dalle ore 11.00 alle 13.00, presso il proprio ufficio.

---

## PROGRAMMA ESTESO

Si veda il programma esteso nella Sezione "Risorse Correlate"

---

## TESTI DI RIFERIMENTO

Sono previsti materiali didattici specifici per il Modulo A e per il Modulo B.

### Modulo A (Parte Istituzionale – per tutti gli studenti)

- *Diapositive delle lezioni*

- G. Guido (2011): *Economia e gestione delle imprese: Principi, schemi, modelli*, Milano: Franco Angeli – esclusivamente: Capitolo 1 (Sezioni 1.1, 1.2 e 1.3), Capitolo 4 (Sezione 4.3), Capitolo 5 (Sezioni 5.1, 5.2 e 5.3) e Capitolo 7 (integralmente);

- G. Guido, F. Bassi e A. M. Peluso (2010): *La soddisfazione del consumatore: La misura della customer satisfaction nelle esperienze di consumo*, Milano: Franco Angeli – esclusivamente: Capitolo 1 (integralmente) e Capitolo 9 (integralmente).

### Modulo B (Parte Monografica – facoltativa)

- M. McDonald (2006): "Strategic Marketing Planning: Theory and Practice", *The Marketing Review*, 6, 375-418 (in lingua inglese).

- P. Kotler, K. L. Keller, F. Ancarani e M. Costabile (2012), *Marketing management*, Milano: Pearson – esclusivamente le sezioni: "Pianificazione a livello di prodotto: Struttura e contenuti di un piano di marketing" (pp. 70-71) e "Il piano di marketing di Sonic" (pp. 945-954).

- P. W. Farris, N. T. Bendle, P. E. Pfeifer e D. J. Reibstein (2008), *Marketing metrics: Misurare e valutare le attività di marketing*, Milano: Pearson – esclusivamente: Capitolo 1 (integralmente) e Capitolo 2 (integralmente).