

# VITTORIA

SCUOLA SUPERIORE  
PER MEDIATORI LINGUISTICI

**DENOMINAZIONE  
INSEGNAMENTO****PRINCIPLES OF MARKETING****CORSO DI STUDIO**

L-12 (BACHELOR'S DEGREE)

**ANNO DI CORSO**

II

**CREDITI FORMATIVI (CFM)**

8

**SSD (SettoreScientifico-Disciplinare)**

ECON-07/A

**ORE DIDATTICA FRONTALE**

48

**TITOLARE DEL CORSO**

MADDALENA CARELLO

**INDIRIZZO MAIL**

maddalena.carello@vittoriaweb.it

**OBIETTIVI**

Il corso presenta una panoramica di conoscenza della materia, fornendo i principali strumenti per analizzarne i contenuti, il metodo ed il linguaggio. In particolare, viene trattato il marketing come strumento di comunicazione a livello globale e la sua interconnessione con il web ed i social media.

L'approccio alla materia è complessivo, con lo scopo di fornire una capacità di comprensione ed analisi volta a sviluppare una concreta applicazione delle conoscenze sul mercato del lavoro anche grazie ad un'attenta analisi di case-studies.

**CONTENUTI**

Modulo 1: Introduzione al Marketing

- Che cos'è il marketing
- Obiettivi del marketing- il marketing mix

Modulo 2: Marketing Process

- Needs vs wants
- Marketing myopia

Modulo 3: Etica del Marketing

- Codice di condotta
- 5 do's and don'ts del marketing etico
- Marketing di prodotti controversi
- Corporate Social Responsibility
- Case study

Modulo 4: Consumer's Behaviour

- Significato
- Consumer behaviour nel marketing
- Importanza del consumer behaviour
- Case study

Modulo 5: Consumer's behaviour e social media

- Cosa sono i social media
- L'importanza dei social media nel marketing
- Ruolo degli influencer
- Influencer marketing
- Case study

Modulo 6: La pubblicità e le pubbliche relazioni

- Il ruolo della pubblicità
- Il ruolo delle pubbliche relazioni
- Case study

Modulo 7: Branding e posizionamento

- L'importanza del brand ed il suo posizionamento sul mercato
- L'importanza del packaging
- Case study

Modulo 8: Il marketing ed il mercato globale

- Che cos'è il mercato globale
- Strategie di posizionamento sul mercato globale

**MODALITÀ DI VALUTAZIONE**

Esami di profitto

Valutazione continua

**BIBLIOGRAFIA**

Autore

Kotler P. , Armstrong G.

Titolo

Principles of Marketing

Editore

Pearson

Anno di pubblicazione

2018