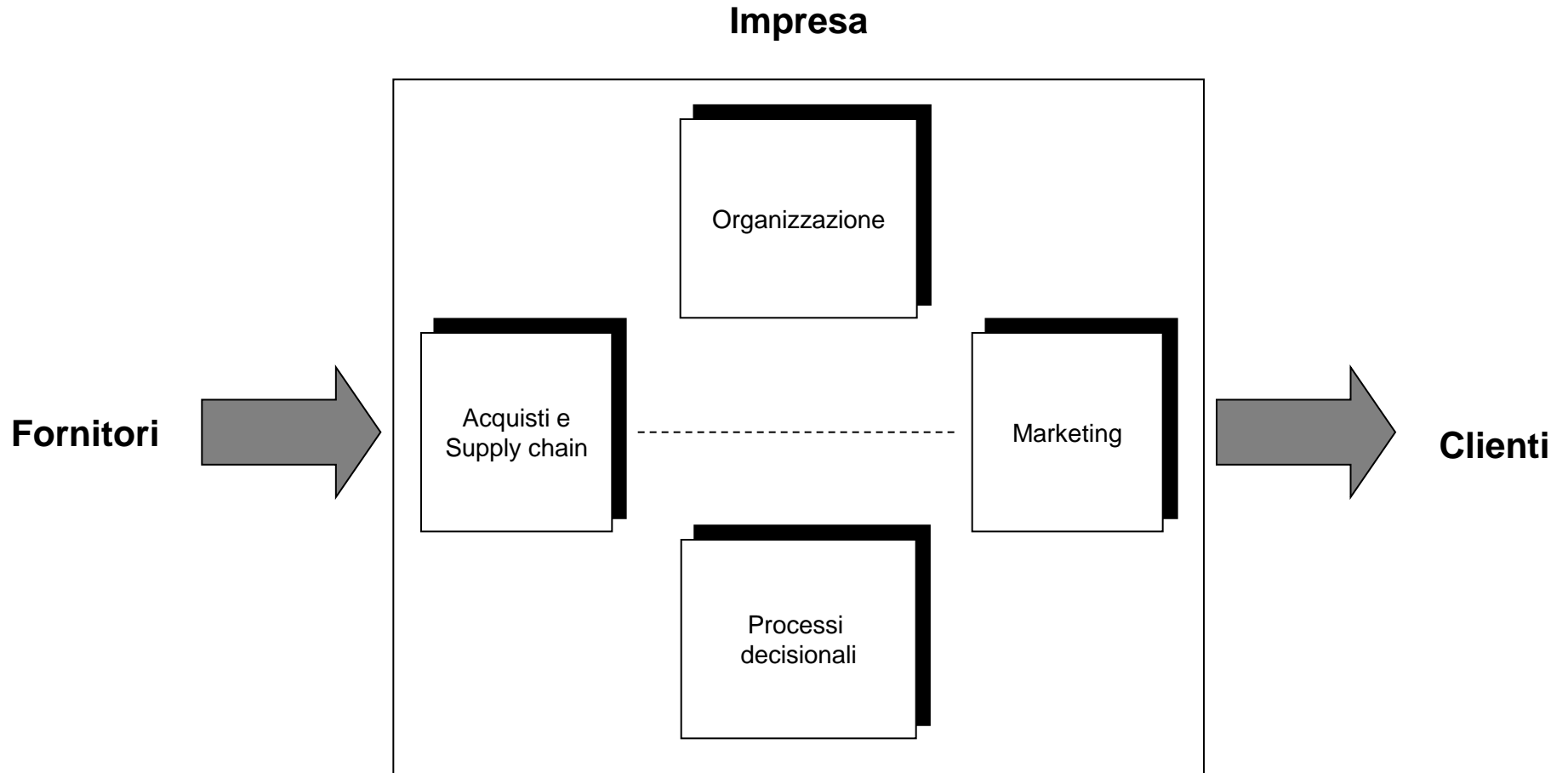

CORSO di MARKETING INDUSTRIALE

Prof. Federico Caniato



1. Introduzione

L'impresa come sistema aperto



I contenuti del corso

- Il marketing nella strategia di impresa
- Il processo decisionale di marketing
- Innovazione tecnologica e ciclo di vita del prodotto
- Marketing B2C e B2B
- Organizzazione di marketing
- Analisi delle opportunità di mercato
- Misura e previsione della domanda
- Segmentazione e posizionamento
- Leve di Marketing: il Marketing Mix
- Marketing internazionale

Modalità didattiche

- Le lezioni beneficiano largamente della lettura anticipata, da parte degli studenti, dei casi relativi a ciascun argomento, come segnalato sul programma del corso
- Tutti i casi verranno resi disponibili sul sito
- La partecipazione in aula è fortemente incoraggiata
- Le esercitazioni consistono nella discussione e soluzione di casi, esercizi e temi d'esame che verranno resi disponibili sul sito
- Il corso prevede alcuni seminari tematici e testimonianze tenuti da professionisti
- Il corso prevede lo sviluppo di un elaborato di gruppo

Orario lezioni:

Giovedì 14.00-15.30 Aula 19

Venerdì 14.30-16.00 Aula 19

Elaborato di gruppo

- Sviluppo del **piano di marketing** per un prodotto/servizio a vostra scelta
- Potete scegliere un nuovo prodotto/servizio di un'azienda esistente, oppure una nuova idea di business
- Lavorerete in gruppi di 4/5 persone autonomamente costituiti
- Durante il corso sono previsti tre momenti di review:
 - Definizione del prodotto/servizio e del mercato di riferimento
 - Analisi della domanda, segmentazione e targeting
 - Posizionamento e marketing mix
- La consegna dell'elaborato finale (MAX 30 slide powerpoint) avverrà alla fine del corso
- Il lavoro è obbligatorio per il superamento dell'esame
- In caso di voto insufficiente è necessario rifare l'elaborato

Libro di testo e sito

Testo di base del corso:

- Spina G. *La Gestione dell'Impresa*, Etas, 2006, cap. Cap. 11, 12, 13

Testo di approfondimento:

- Kotler P. *Marketing Management*, Pearson, 2007

Eserciziario del corso

- G. Spina, L. Crippa, R. Golini, *Casi di Gestione Aziendale - Applicazioni pratiche, temi svolti, ETAS, 2009*

➤ Sito

- Programma di dettaglio
- Calendario di massima del corso
- Bibliografia di approfondimento
- Testi dei casi e delle esercitazioni
- Avvisi
- Risultati delle prove scritte

Contatti

Prof. Federico Caniato

Dipartimento di Ingegneria Gestionale,
Politecnico di Milano

e-mail: federico.caniato@polimi.it

Ing. Ruggero Golini

Dipartimento di Ingegneria Gestionale,
Università di Bergamo

e-mail: ruggero.golini@unibg.it

Orario di ricevimento: Giovedì, 10.30 – 12.30
(su appuntamento)

Modalità d'esame

- Valutazione sulla base di prova scritta + elaborato (orale facoltativo o su richiesta del docente)
- Prova scritta sugli argomenti del corso
 - Casi, domande teoriche, esercizi
- E' possibile sostenere l'orale soltanto se lo scritto e l'elaborato sono sufficienti
- Votazione finale:
 - voto dello scritto 60%
 - voto dell'elaborato 40%
 - eventuale orale +/- 3
- E' obbligatorio iscriversi agli appelli di esame. Non è possibile sostenere l'esame se non si risulta iscritti.

Data	Orario	Argomento
25/02/2010	14.00-16.00	Introduzione al corso. Introduzione al marketing
26/02/2010	16.00-18.00	Il marketing nella strategia d'impresa; processo di marketing
04/03/2010	14.00-16.00	Innovazione tecnologica
05/03/2010	16.00-18.00	Ciclo di vita del prodotto
11/03/2010	14.00-16.00	Analisi opportunità di mercato
12/03/2010	14.00-16.00	Marketing B2C e B2B
18/03/2010	14.00-16.00	Misura e previsione della domanda
19/03/2010	14.00-16.00	Segmentazione
25/03/2010	14.00-16.00	Prima Review
26/03/2010	14.00-16.00	Posizionamento
01/04/2010	14.00-16.00	PASQUA
02/04/2010	14.00-16.00	PASQUA
08/04/2010	14.00-16.00	Leve di marketing: prodotto/servizio
09/04/2010	14.00-16.00	Leve di marketing: prezzo
15/04/2010	14.00-16.00	Leve di marketing: distribuzione
16/04/2010	14.00-16.00	Esercitazione
22/04/2010	14.00-16.00	Leve di marketing: promozione
23/04/2010	14.00-16.00	Esercitazione
29/04/2010	14.00-16.00	Seconda Review elaborato
30/04/2010	14.00-16.00	Seminario Leidi
06/05/2010	14.00-16.00	Caso
07/05/2010	14.00-16.00	Seminario Leidi
13/05/2010	14.00-16.00	Marketing internazionale
14/05/2010	14.00-16.00	Esercitazione
20/05/2010	14.00-16.00	Testimonianza Mitsubishi
21/05/2010	14.00-16.00	Terza Review elaborato
27/05/2010	14.00-16.00	Esercitazione