

Data	Orario	Argomento
25/02/2010	14.00-15.30	Introduzione al corso. Introduzione al marketing
26/02/2010	14.30-16.00	Il marketing nella strategia d'impresa
04/03/2010	14.00-15.30	Processo decisionale di marketing
05/03/2010	14.30-16.00	Innovazione tecnologica e Ciclo di vita del prodotto
11/03/2010	14.00-15.30	Analisi opportunità di mercato
12/03/2010	14.30-16.00	Marketing B2C e B2B
18/03/2010	14.00-15.30	Misura e previsione della domanda
19/03/2010	14.30-16.00	Segmentazione
25/03/2010	14.00-15.30	Prima Review
26/03/2010	14.30-16.00	Posizionamento
01/04/2010	14.00-15.30	PASQUA
02/04/2010	14.30-16.00	PASQUA
08/04/2010	14.00-15.30	Leve di marketing: prodotto/servizio
09/04/2010	14.30-16.00	Leve di marketing: prezzo
15/04/2010	14.00-15.30	SOSPENSIONE
16/04/2010	14.30-16.00	SOSPENSIONE
22/04/2010	14.00-15.30	Leve di marketing: distribuzione
23/04/2010	14.30-16.00	Leve di marketing: promozione
29/04/2010	14.00-15.30	Seconda Review elaborato
30/04/2010	14.30-16.00	Seminario Leidi
06/05/2010	14.00-15.30	Caso
07/05/2010	14.30-16.00	Esercitazione
13/05/2010	14.00-15.30	Esercitazione
14/05/2010	14.30-16.00	Seminario Leidi
20/05/2010	14.00-16.00	Esercitazione
21/05/2010	14.30-16.00	Testimonianza Mitsubishi
27/05/2010	14.00-15.30	Terza Review elaborato (Caniato)
28/05/2010	14.30-16.00	Terza Review elaborato (Golini)