



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

SYLLABUS DEL CORSO

Marketing nell'Industria Chimica

1920-3-E2702Q046

Obiettivi

Obiettivi dell'insegnamento

dotare i giovani laureati di un bagaglio di competenze basiche di Marketing Strategico e Operativo con particolare riguardo alle problematiche di marketing specificatamente relative all' industria chimica.

Conoscenza e capacità di comprensione teoriche e applicate

Al termine del corso lo studente sarà in grado di possedere i concetti di base del marketing strategico e di quello operativo e di comprenderne l' applicazione nell' ambito dell' industria chimica con un focus particolare per lo sviluppo di nuovi prodotti.

Una sezione è dedicata alle tematiche di marketing specificatamente applicate all' industria chimica.

Autonomia di Giudizio e Abilita' Comunicative

Essere in grado di colloquiare in maniera efficace con le diverse funzioni presenti in azienda.

Capacità di apprendere

Attraverso la comprensione dei principali modelli di analisi e del linguaggio specialistico, potranno apprendere e sviluppare competenze multidisciplinari e complementari alle nozioni scientifiche.

Contenuti sintetici

Contenuti Sintetici

- Il Marketing Strategico
- Il Marketing Operativo
- Elementi di Marketing per L' Industria Chimica
- Esercitazioni

Programma esteso

Programma esteso :

A) - Il Marketing Strategico:

- L'analisi del Consumatore e il comportamento d'acquisto
- Analisi del Mercato e della Concorrenza
- Le strategie di Marketing (Segmentazione, Posizionamento)

B) - Il Marketing Operativo:

- Il Prodotto (Lancio di un Nuovo Prodotto, Ciclo di Vita)
- Il Prezzo (definizione, strategie)
- La Distribuzione
- La Marca e la Comunicazione (Advertising, Promozioni, PR)

C) - Il Marketing per l' industria Chimica :

- Panoramica dell'Industria Chimica
- Diverse tipologie di prodotti chimici
- Elementi e strumenti di Marketing caratterizzanti il settore chimico

D) - Esercitazioni settimanali con discussione di casi pratici, tratti dalla realtà

Prerequisiti

Prerequisiti :

data la natura del corso - che tratta tematiche di base a partire dai primi rudimenti - non è richiesto alcun prerequisito .

Modalità didattica

Modalità didattiche :

- Lezioni frontali
- esercitazioni numeriche in aula.

Materiale didattico

Materiale didattico :

le dispense relative alle tre tematiche delle lezioni (Il Marketing Strategico - Il Marketing Operativo - Elementi di Marketing per l' Industria Chimica) unitamente alle esercitazioni sono messe a disposizione da parte del docente.

Periodo di erogazione dell'insegnamento

Periodo di erogazione dell'insegnamento :

- Secondo semestre

Modalità di verifica del profitto e valutazione

Modalità di verifica del profitto e valutazione:

test scritto in parte con domande "a scelta multipla" per verificare la comprensione della terminologia e dei concetti di base e in parte con domande aperte su specifiche tematiche con l' aggiunta di un esercizio numerico : a seguire eventuale colloquio orale per approfondimento a seguito dei risultati del test scritto. Le modalità di esame consistono in un test scritto seguito da un colloquio orale ad eccezione del primo appello scritto dove verranno ammessi all' orale per la verbalizzazione del voto solo coloro che avranno superato la prova scritta.

Orario di ricevimento

Orario di ricevimento :

Su appuntamento da fissare via e-mail
