



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

SYLLABUS DEL CORSO

Marketing nell'Industria Chimica

2223-3-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.

Nel periodo di emergenza Covid-19 le lezioni si svolgeranno

· in modalità mista: parziale presenza e lezioni videoregistrate asincrone/sincrone

Nel periodo di emergenza Covid-19 gli esami orali saranno solo telematici. Verranno svolti utilizzando la piattaforma WebEx e nella pagina e-learning dell'insegnamento verrà riportato un link pubblico per l'accesso all'esame di possibili spettatori virtuali.

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:

fino a che saranno in vigore le regole per gli esami connesse alla situazione COVID l' esame avverrà in modalità orale da remoto. Quando possibile si ritornerà alla modalità scritta come negli anni precedenti,.

Orario di ricevimento

Orario di ricevimento :

Su appuntamento da fissare via e-mail

Sustainable Development Goals

CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILI

