UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

COURSE SYLLABUS

Marketing in The Chemical Industry

2425-3-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:

Esame scritto nell' appello di fine corso ; esame scritto con in integrazione orale per gli altri appelli

Durata complessiva della prova: 90 minuti
Sezione A ? 21 domande con risposte brevi (30 – 40 minuti in tutto) valgono 1 punto ciascuna
Sezione B ? 4 domande con risposte articolate da 10 – 15 minuti l'una valgono 3 punti ciascuna

24-27: preparazione su un numero ampio di argomenti trattati nel programma del corso, capacità di svolgere in modo
autonomo l'argomentazione e l'analisi critica, capacità di applicazione delle conoscenze ai contesti e collegamento dei
temi a casi concreti, uso di un lessico corretto e competenza nell'uso del linguaggio disciplinare;

Orario di ricevimento

Orario di ricevimento :

Su appuntamento da fissare via e-mail

Sustainable Development Goals

CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILI