

1	<b>MARKETING</b>
2	OBBLIGATORIO
3	LIVELLO 7
4	2
5	3
6	6
7	SERGIO MESCHI
8	SCOPO : IL CORSO È STRUTTURATO PER FORNIRE AGLI STUDENTI UNA VISIONE DELLE PRINCIPALI FUNZIONI DEL MARKETING, IN PARTICOLARE SI TRATTERANNO ARGOMENTI RELATIVI LA AUTO PROMOZIONE PER I PROFESSIONISTI E LE TECNICHE DI MARKETING STRATEGICO.
9	-
10	FRONTALE
11	LEZIONE I : INTRODUZIONE AL MARKETING LEZIONE II : MARKETING CONOSCITIVO LEZIONE III : MARKETING STRATEGICO LEZIONE IV : MARKETING OPERATIVO / ADVERTISING LEZIONE V : BRAND MARKETING LEZIONE VI : LE 22 LEGGI FONDAMENTALI DEL MARKETING LEZIONE VII : COMUNICAZIONE LEZIONE VIII : L'EVOLUZIONE DEL MARKETING, LA TEORIA DI LAUTERBORN ED IL MARKETING NON CONVENZIONALE LEZIONE IX : MARKETING DEL PROFESSIONISTA LEZIONE X : WEB MARKETING LEZIONE XI : LA FOTOGRAFIA DI PRODOTTO NELL'ADVERTISING E NEL BRAND MARKETING LEZIONE XII : SIMULAZIONE DI CAMPAGNA PUBBLICITARIA
12	LETTURE OBBLIGATORIE : NEUROMARKETING (MARTIN LINDSTROM), LA MUCCA VIOLA (SETH GODIN), LE 22 LEGGI FONDAMENTALI DEL MARKETING (AL RIES, JACK TROUT)
13	-
14	ESAME ORALE CON STUDIO DEGLI APPUNTI DEL CORSO E DELLE LETTURE OBBLIGATORIE
15	ITALIAN