

NOME DEL CORSO	DESIGN MANAGEMENT
TIPOLOGIA	Obbligatorio
CICLO DI STUDIO (indicare se triennio o biennio)	Triennio
ANNO DI INSEGNAMENTO	2023/2024
DURATA DEL CORSO (semestrale o annuale)	Semestrale
CREDITI	4
NOME E COGNOME DELLA PROFESSORESSA/PROFESSORE	Dario Pagnoni
BREVE DESCRIZIONE DEGLI OBIETTIVI/FINALITA' DEL CORSO	Il corso si pone di l'obiettivo di dare ai partecipanti le nozioni di marketing basilari e funzionali allo sviluppo di competenze verticali maturate negli altri corsi.
METODOLOGIA DI INSEGNAMENTO	Presenza
PREREQUISITI	/
PROGRAMMA DEL CORSO	<ol style="list-style-type: none"> 1. introduzione 2. cos'è il marketing 3. il marketing classico 4. brand management 5. la segmentazione del mercato 6. valutazione e scelta dei canali di marketing 7. consumer behavior e funnel marketing 8. il ruolo del marketing in un'azienda 9. il marketing nel 2024 10. marketing: metodo e creatività 11. professionalità e attività legate al marketing 12. marketing 5.0 - tecnologie per l'umanità
EVENTUALE BIBLIOGRAFIA/SITOGRAFIA	<p>Libro di testo per non frequentanti: Marketing Management, di Kotler e Keller</p> <p>Altri libri consigliati Marketing 5.0 di Kotler Strategia Oceano Blu di W. Chan Kim, Renée Mauborgne</p>
MODALITA' DI SVOLGIMENTO DELL'ESAME	Esame scritto a risposta multipla + integrazione orale.
LINGUA DI INSEGNAMENTO	Italiano



NAME OF THE COURSE	DESIGN MANAGEMENT
TYPE	Mandatory
CYCLE	Bachelor
YEAR OF STUDY WHEN THE COMPONENT IS DELIVERED (IF APPLICABLE)	2023/2024
SEMESTER/TRIMESTER WHEN THE COMPONENT IS DELIVERED	Semestral
NUMBER OF ECTS CREDITS ALLOCATED	4
NAME OF LECTURER(S)	Dario Pagnoni
LEARNING OUTCOMES	The course aims to give participants the basic and functional marketing notions for the development of vertical skills gained in the other courses.
MODE OF DELIVERY (FACE-TO-FACE/DISTANCE LEARNING ETC.)	Face-to-face
PREREQUISITES AND CO-REQUISITES (IF APPLICABLE)	/
COURSE CONTENT	<ul style="list-style-type: none"> • introduction • what is marketing • classic marketing • brand management • market segmentation • evaluation and choice of marketing channels • consumer behavior and funnel marketing • the role of marketing in a companies • marketing in 2024 • marketing: method and creativity • professionalism and activities related to marketing • marketing 5.0 - technologies for humanity
RECOMMENDED OR REQUIRED READING AND OTHER LEARNING RESOURCES/TOOLS	Marketing Management, by Kotler e Keller Marketing 5.0 by Kotler Blu Ocean Strategy by W. Chan Kim, Renée Mauborgne
ASSESSMENT METHODS AND CRITERIA	Multiple choice + oral integration
LANGUAGE OF INSTRUCTION	Italiano

