

NOME DEL CORSO	DESIGN MANAGEMENT
TIPOLOGIA (indicare se il corso è obbligatorio oppure se si tratta di un'attività a libera scelta dello studente)	Obbligatorio
CICLO DI STUDIO (indicare se triennio o biennio)	Triennio
ANNO DI INSEGNAMENTO	2025/2026
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 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 (indicare se in presenza o a distanza)	Presenza
PREREQUISITI	/
PROGRAMMA DEL CORSO	1. introduzione al marketing 2. cos'è il marketing 3. brand management - marketing per la promozione di un progetto di design 4. (oltre la) segmentazione del mercato 5. consumer behaviour e canali di marketing 6. advertising e gestione della pubblicità online 7. professionalità e attività legate al marketing 8. marketing 6.0 - il futuro è immersivo
EVENTUALE BIBLIOGRAFIA/SITOGRAFIA	Libro di testo per non frequentanti: Marketing Management, di Kotler e Keller Altri libri consigliati Marketing 6.0 di Kotler Strategia Oceano Blu di W. Chan Kim, Renée Mauborgne
MODALITA' DI SVOLGIMENTO DELL'ESAME (indicare se, ad esempio, sia necessario preparare degli elaborati specifici per il superamento dell'esame)	Esame scritto a risposta multipla + integrazione orale.
LINGUA DI INSEGNAMENTO	Italiano



NAME OF THE COURSE	DESIGN MANAGEMENT
TYPE	Mandatory
CYCLE	First
YEAR OF STUDY WHEN THE COMPONENT IS DELIVERED (IF APPLICABLE)	2025/2026
SEMESTER/TRIMESTER WHEN THE COMPONENT IS DELIVERED	Semester
NUMBER OF ECTS CREDITS ALLOCATED	4
NAME OF LECTURER(S)	Dario Pagnoni
LEARNING OUTCOMES	The course aims to provide participants with basic and functional marketing knowledge for the development of vertical skills acquired in other courses.
MODE OF DELIVERY (FACE-TO-FACE/DISTANCE LEARNING ETC.)	Face-to-face
PREREQUISITES AND CO-REQUISITES (IF APPLICABLE)	/
COURSE CONTENT	1. introduction to marketing 2. what is marketing 3. brand management - marketing for the promotion of a design project 4. (beyond) market segmentation 5. consumer behavior and marketing channels 6. advertising and online advertising management 7. professionalism and activities related to marketing 8. marketing 6.0 - the future is immersive
RECOMMENDED OR REQUIRED READING AND OTHER LEARNING RESOURCES/TOOLS	Textbook for non-attending students: Marketing Management, by Kotler and Keller Other recommended books Marketing 5.0 by Kotler Blue Ocean Strategy by W. Chan Kim, Renée Mauborgne
ASSESSMENT METHODS AND CRITERIA	Multiple choice written exam + oral integration.
LANGUAGE OF INSTRUCTION	Italian

