



Università
Ca' Foscari
Venezia

Marketing

2° modulo del corso di
Gestione delle imprese e marketing, A.A. 2010-2011



Università
Ca' Foscari
Venezia

Organizzazione del modulo



Università
Ca' Foscari
Venezia

Obiettivi del corso

- Proporre un quadro generale di riferimento sull'evoluzione dei modelli di consumo e sulle strategie competitive delle imprese
- Fornire una conoscenza di base degli strumenti di marketing strategico
- Approfondire in chiave pratica le leve del marketing operativo (innovazione di prodotto, comunicazione, distribuzione e prezzo).



Università
Ca' Foscari
Venezia

Programma del corso

- Le ragioni del marketing nella produzione industriale e l'evoluzione del consumo
- Marketing strategico: il marketing e la strategia d'impresa; segmentazione e posizionamento
- Il prodotto: innovazione e gestione del ciclo di vita
- La comunicazione di marketing: brand, pubblicità e nuovi media
- La distribuzione ed il marketing delle esperienze



Università
Ca' Foscari
Venezia

Organizzazione del corso

- Il corso si propone di sviluppare i temi del programma attraverso lezioni frontali, esercitazioni settimanali e partecipazione al blog del corso <http://ecogest.wordpress.com>
- Il corso prevede la composizione di gruppi di lavoro che saranno chiamati a svolgere le esercitazioni settimanali
- I commenti di ciascuno studente sul blog del corso dovranno essere firmati con nome, cognome gruppo di appartenenza



Università
Ca' Foscari
Venezia

Il blog: (ecogest.wordpress.com)

The screenshot shows a Firefox browser window with the address bar at <http://ecogest.wordpress.com/>. The page title is "Gestione delle imprese e marketing" and the subtitle is "Just another WordPress.com weblog". The navigation menu includes "Il corso", "Programma e slide", "Ricevimento", and "Slide". A search bar contains the text "Inserisci il testo da cercare qui...".

The main content area features a post titled "Siete tutti invitati ..." dated "Ottobre 19, 2009" by "vladifinotto" with "2 commenti". The post text reads:

... al Venezia Camp che si terrà venerdì 23 ottobre dalle 1500 alle 17.00 presso l'Arsenale, a Venezia.

Il vostro prof. (io) terrà una presentazione sull'utilizzo dei nuovi strumenti di comunicazione da parte delle Pmi del made in Italy. Particolare attenzione verrà dedicata all'utilizzo, in chiave business, dei servizi e delle applicazioni del web 2.0 (facebook, blog, myspace, ...). Oltre alla mia presentazione, due agenzie di comunicazione di rilievo nazionale presenteranno casi ed esperienze.

Il seminario rappresenta, per voi, l'opportunità di entrare in alcuni dei temi più recenti in ambito marketing che affronteremo nella seconda parte del corso. Inoltre vi potrebbe dare delle idee originali su come utilizzare gli strumenti del web per promuovere le vostre aziende e per elaborare nuove strategie in rete.

Vi lascio i link:

- [Il programma del pomeriggio sul sito di MDM](#)
- [Il programma del Venezia Camp](#)

Ci vediamo venerdì pomeriggio, dopo la nostra lezione.

v

The right sidebar contains an "RSS feed" icon, a "Commenti Recenti" section with four entries (laura, Alessandro, marco, Beatrice, Marco) and a "Blogroll" section with two entries: "Firstdraft" and "Growthology".

The status bar at the bottom indicates "Words: 307 Chars: 2,064".



Università
Ca' Foscari
Venezia

Gruppi di lavoro

- Nel modulo di marketing gli studenti frequentanti saranno coinvolti in un project work
- Le esercitazioni verranno svolte in gruppi da 6 persone (+o-1)
- Il lancio del project work avverrà il 24 novembre 2010
- Ciascun gruppo presenterà il proprio lavoro all'intera classe
- La composizione dei gruppi va comunicata sul blog entro il 19 novembre 2010. In commento al post "gruppi di lavoro" ogni capogruppo dovrà inserire cognome, nome e numero di matricola dei partecipanti al gruppo



Università
Ca' Foscari
Venezia

Il marketing: le ragioni di una funzione



Università
Ca' Foscari
Venezia

Il marketing secondo Bill Hicks





Università
Ca' Foscari
Venezia

Il nido Ikea



- «Come tanti altri anch'io ero diventato schiavo della tendenza al nido Ikea. Se vedevo qualcosa di ingegnoso, come un tavolinetto a forma di Yin Yang dovevo averlo.... sfogliavo quei cataloghi e mi chiedevo quale salotto mi caratterizza di più come persona» (Fight Club).



Università
Ca' Foscari
Venezia

Il marketing: una funzione pervasiva?





Università
Ca' Foscari
Venezia

No Logo (Naomi Klein)

- «Recent highlights include these innovations: Gordon's gin experimented with filling British movie theatres with the scent of juniper berries; Calvin Klein stuck "CK Be" perfume strips on the backs of Ticketmaster concert envelopes; and in some Scandinavian countries you can get "free" long-distance calls with ads cutting into your telephone conversations."And there's plenty more, stretching across ever more expansive surfaces and cramming into the smallest of crevices: sticker ads on pieces of fruit promoting ABC sitcoms, Levi's ads in public washrooms, corporate logos on boxes of Girl Guide cookies, ads for pop albums on takeout food containers, and ads for Batman movies projected on sidewalks or into the night sky. There are already ads on benches in national parks as well as on library cards in public libraries, and in December 1998 NASA announced plans to solicit ads on its space stations. Pepsi's ongoing threat to project its logo onto the moon's surface hasn't yet materialized...»



Università
Ca' Foscari
Venezia

No Logo vs. Logorama





Università
Ca' Foscari
Venezia

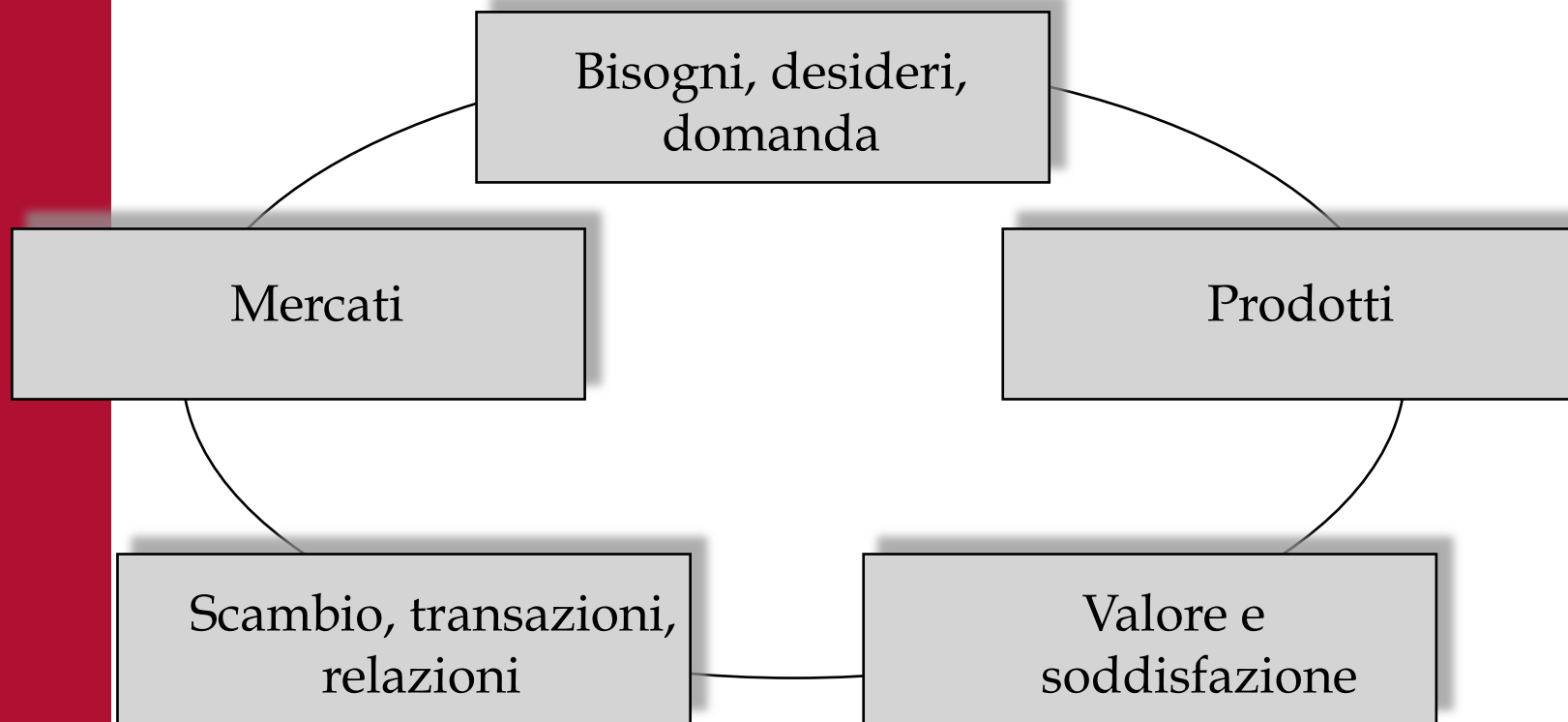
Il marketing

- «nome attribuito alle attività che si svolgono nell'interfaccia tra un'organizzazione e i suoi clienti»
- «Il marketing è il processo di pianificazione e di attuazione del concetto, del prezzo, della promozione e della distribuzione di idee, beni e servizi tesi a creare uno scambio in grado di soddisfare gli obiettivi dell'individuo e dell'azienda produttrice» American Marketing Association



Università
Ca' Foscari
Venezia

I concetti fondamentali





Università
Ca' Foscari
Venezia

Risorse



- Marketing Power: il sito dell'American Marketing Association (marketingpower.com)



- Il sito web della Società Italiana Marketing (simktg.it)



Il blog del marketing minimale.

- Minimarketing.it (Blog)



- Internet Marketing Blog (<http://www.imli.com/imlog/>)



Università
Ca' Foscari
Venezia

**Perché serve il marketing?
E' sempre esistito il marketing?**



Università
Ca' Foscari
Venezia

Scienza e produzione





Università
Ca' Foscari
Venezia

Produzione e consumo

Produzione e consumo rappresentano due sfere
relativamente
autonome nel modo di produzione industriale

Produzione

- centrata sulle potenzialità delle scoperte scientifiche e dell'innovazione tecnologica

Consumo

- centrato sull'evoluzione autonoma di bisogni e di desideri in un mondo caratterizzato da profondi cambiamenti



Università
Ca' Foscari
Venezia

Artigianato e consumo

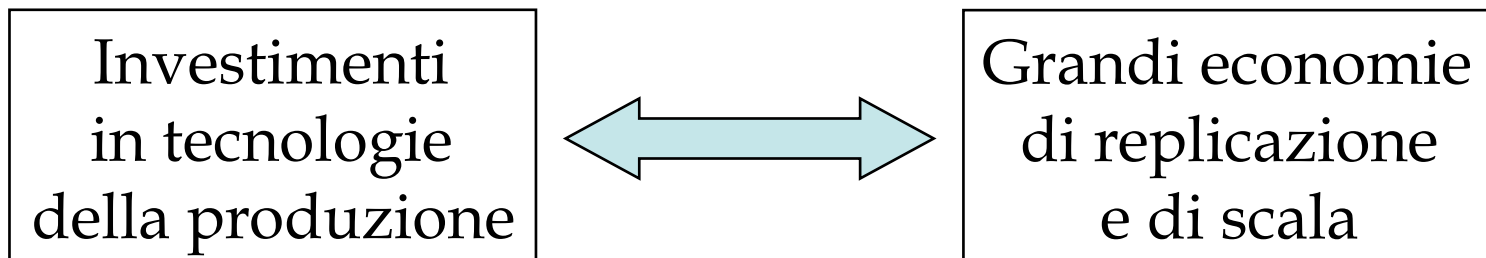
- L'artigianato di mestiere si è caratterizzato e si caratterizza ancora oggi per:
 - La base di conoscenza prevalentemente empirico-manuale
 - Il limitato grado di meccanizzazione dell'attività rispetto all'impiego di lavoro
 - Il vantaggio competitivo e la capacità di generare valore centrati essenzialmente sull'appropriatezza
- Il consumo si qualifica come interattivo



Università
Ca' Foscari
Venezia

Industria e consumo

Con l'imporsi dell'impresa industriale la sfera del consumo si qualifica per il principio della **delega**



La separazione fra i due mondi è necessaria all'ottenimento delle economie di scala



Università
Ca' Foscari
Venezia

Il marketing è sempre lo stesso?



Università
Ca' Foscari
Venezia

Tre fasi storiche

- **Orientamento alla produzione**
Nella fase eroica del capitalismo industriale l'importante è produrre
- **Orientamento alla vendita**
Una volta soddisfatti i bisogni di base del mercato ha assunto un'importanza crescente la gestione del canale di vendita
- **Orientamento al marketing**
Risulta fondamentale conoscere il mercato e interpretare la sua evoluzione nel tempo



Università
Ca' Foscari
Venezia

Orientamento	Produzione	Vendita	Mercato
Focus	Prodotto a basso prezzo	Pressione di vendita	Bisogni del consumatore
Punto di partenza	Prodotto	Prodotto	Bisogni e desideri
Strumenti	Tecnologia produttiva	Comunicazione e vendite	Marketing mix
Condizioni	Domanda > offerta	Offerta > domanda	Reddito discrezionale



Università
Ca' Foscari
Venezia

Vendita vs. Marketing





Università
Ca' Foscari
Venezia

Differenze tra gli orientamenti

Da vendere ciò che si produce a produrre ciò che si può vendere

Produzione

L'impresa cerca di imporre il proprio punto di vista al cliente



Mercato

L'impresa analizza in profondità le esigenze e le aspettative del cliente e si propone di soddisfare le molteplici attese della domanda



Università
Ca' Foscari
Venezia

**Il marketing si interessa solo ai
consumatori?**



Università
Ca' Foscari
Venezia

I principali attori del mercato

