

Corso Market Driven Management

Prof.ssa Fabiola Sfodera



SAPIENZA
UNIVERSITÀ DI ROMA

Facoltà di Scienze Politiche, Sociologia e Comunicazione
Anno Accademico 2023/2024

Il corso di Market Driven Management

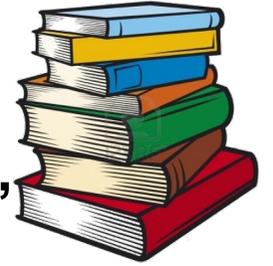
Il corso si inserisce nel CdL di *Comunicazione, Tecnologie e Culture digitali* e costituisce il punto di contatto tra le funzioni di comunicazione e le dinamiche gestionali delle imprese, con particolare attenzione alle imprese culturali, in un contesto ipercompetitivo e dinamico.

Oltre agli obiettivi formativi il corso intende sviluppare capacità di analisi e lettura critica dell'implementazione del marketing e fornire, attraverso casi di studio e testimonianze, i concetti e gli strumenti di base per la sua implementazione.

Il corso non è:

- una ripetizione pedissequa dei libri di testo;
- la sola enunciazione di definizioni e di concetti;
- un monologo del docente.

Programma



Mattiacci A. Pastore A. (2021) Marketing, Hoepli Editore, Milano

Le parti da studiare sono le seguenti:

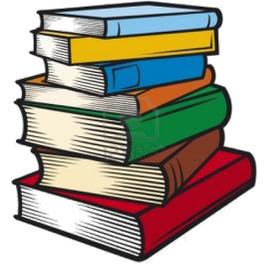
Parte I Impresa e mercato

Parte II L'analisi competitiva

Parte IV Progettazione strategica della product offering

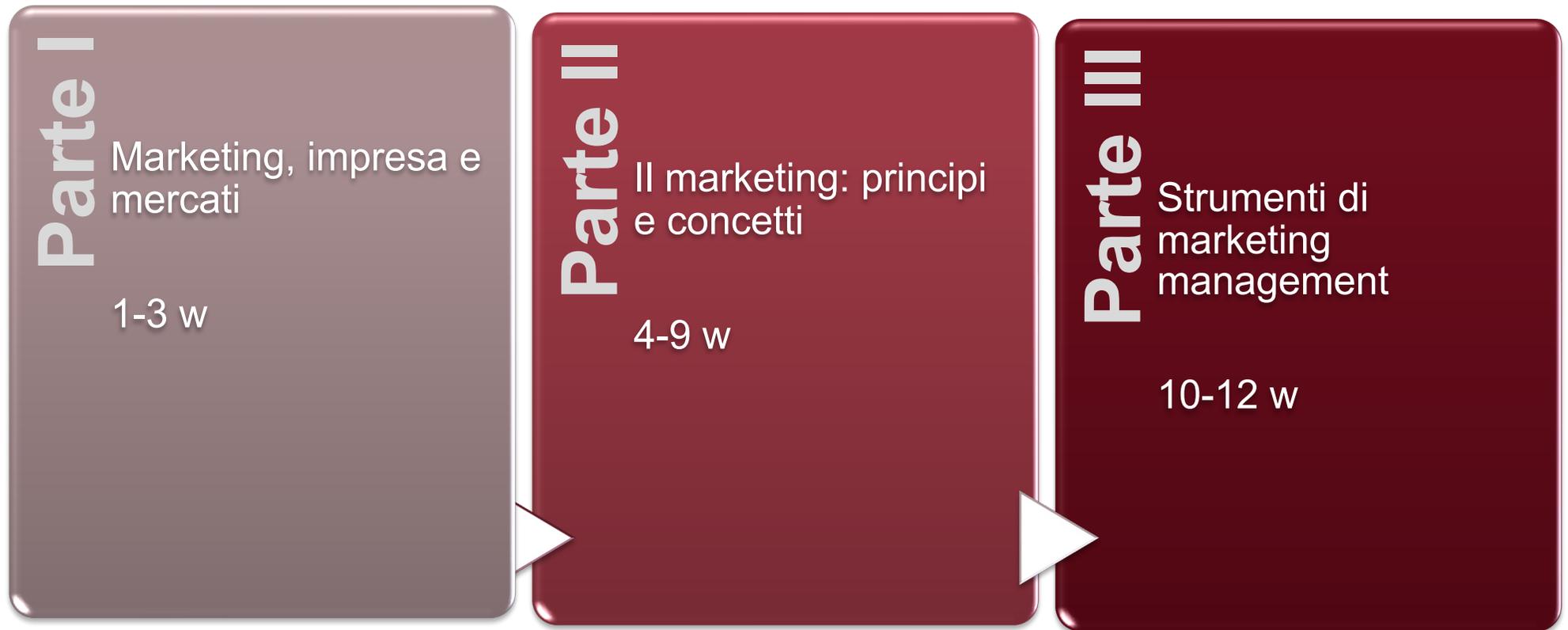
**e inoltre Capitolo 14 *Corporate e marketing communication* e
Capitolo 15 Gli strumenti della comunicazione di marketing**

Programma



Il programma non ha distinzioni tra frequentanti e non frequentanti in quanto i concetti di base debbono essere noti e studiati a tutti gli studenti iscritti al terzo anno. Per queste ragioni la frequenza non viene rilevata.

Strutturazione del corso



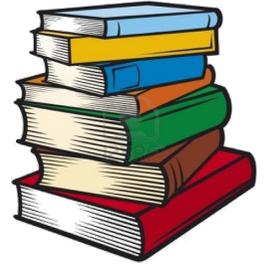
ESERCITAZIONI E
DISCUSSIONI IN
CLASSE

TESTIMONIANZE E
CASE STUDY

Metodi didattici



...tuttavia



la frequenza del corso ha numerosi vantaggi:

- si studia durante il corso e si può sostenere il preappello
- si partecipa ai dibattiti in aula

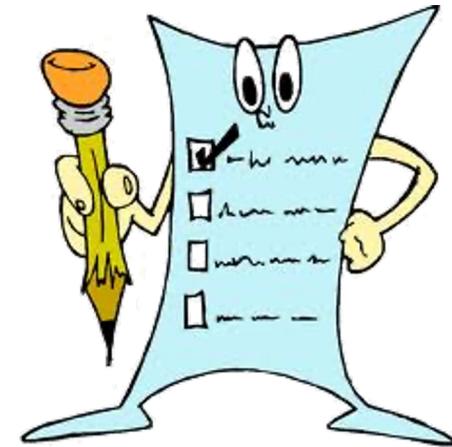
La frequenza del corso è particolarmente indicata non solo agli studenti interessati alla disciplina ma tutti gli studenti del CdL in virtù della sua capacità di mettere in relazione la teoria e la pratica del marketing nell'ambito del mondo del lavoro.

La prova scritta è corsi articolata:

40 domande a risposta multipla. La risposta corretta corrisponde a 0,5 punti mentre risposte sbagliate o mancate risposte vengono valutate con 0 punti;

1 figura muta. Si tratta di una figura rappresentativa di un modello concettuale o strumento di marketing. Nel compito viene riportato il nome della figura e in bianco tutte le etichette che la descrivono. L'esercizio consiste nel compilare le etichette e fornire una breve descrizione del significato della figura. L'esercizio svolto correttamente viene valutato con un punteggio massimo di 5 punti;

3 esercizi sulla domanda potenziale, quota di mercato e copertura del mercato. Ciascun esercizio o domanda se svolti correttamente vengono valutati con un punteggio massimo di 2 punti ciascuno.



Codice Classroom

Market Driven Management 2023/2024
uvfoxt5