

## ▲ OBIETTIVI DEL CORSO

Il corso de "Il Marketing delle imprese di successo" si propone di approfondire l'analisi dei processi di marketing gestiti dalle moderne imprese orientate al cliente, al fine di sviluppare nelle partecipanti le capacità di identificazione e risoluzione delle problematiche connesse alla gestione delle relazioni con il mercato.

## ▲ DESTINATARI

Il corso è rivolto a studentesse universitarie di età compresa tra i 19 ed i 26 anni: per ragioni didattiche, sono ammesse le prime 50 iscrizioni.

## ▲ METODOLOGIE UTILIZZATE

Il processo di apprendimento si basa su lezioni frontali d'aula. Ciascun incontro avrà una duplice natura; nella prima parte verrà introdotto e analizzato da un punto di vista concettuale il tema della giornata; nella seconda tale tema verrà approfondito mediante testimonianze aziendali, la risoluzione di casi d'impresa e/o esercitazioni pratiche.

Il corso ha una durata complessiva di 36 ore ripartite in nove incontri settimanali di quattro ore ciascuno.

## ▲ MATERIALE DIDATTICO

A supporto delle tematiche analizzate, sarà fornito materiale didattico inerente gli argomenti trattati durante la lezione: verranno distribuiti, inoltre, casi aziendali e brevi letture finalizzate alla realizzazione di lavori di gruppo.

## ▲ CRITERI DI VALUTAZIONE

La valutazione dell'apprendimento sarà effettuata sulla base di due prove scritte con domande a risposta multipla e/o la risoluzione di un caso aziendale.

Al termine del corso, verrà rilasciato un attestato di partecipazione a coloro che avranno raggiunto almeno il settantacinque per cento delle presenze.

## ▲ COORDINAMENTO DIDATTICO

Dr. MARCELLO RISITANO  
Professore a contratto Marketing  
Dottore di Ricerca in Scienze Aziendali  
Facoltà di Economia  
Università degli Studi di Napoli Federico II



Il Collegio Universitario Villalta, promosso dall'I.P.E., è un punto di riferimento culturale e formativo per le studentesse iscritte alle Università di Napoli.

Realizza corsi e seminari di approfondimento sui programmi presenti nei vari corsi di laurea e su tematiche connesse al mondo del lavoro.

Il Collegio dispone di sale di studio, biblioteca, aula di informatica e, per le studentesse fuori sede, servizi di vitto e alloggio.

Le attività di formazione dottrinale, organizzate presso la Residenza e rivolte a chi lo desidera, sono affidate alla Prelatura dell'Opus Dei, istituzione della Chiesa Cattolica il cui spirito è imperniato sulla santificazione del lavoro e dei doveri quotidiani del cristiano.



Istituto per ricerche  
ed attività educative

L'I.P.E. Istituto per ricerche ed attività educative è uno degli enti promotori di collegi universitari riconosciuti ed operanti sotto la vigilanza del Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca.

Oltre a realizzare e gestire collegi universitari, l'I.P.E. conferisce borse di studio, promuove ricerche, attività di formazione e di orientamento per studenti, corsi di aggiornamento per docenti, organizza simposi e convegni in campo nazionale ed internazionale.

(Ente morale eretto con D.P.R. 374/81)

Per ulteriori informazioni consultare il sito  
[www.villalta.it](http://www.villalta.it)

Sede del corso e segreteria organizzativa  
Collegio Universitario Villalta  
Via G. Martucci, 35/H - 80121 Napoli  
tel. 081.248.61.33 - fax 081.66.56.78  
e-mail: collegio.villalta@tiscali.it

# IL MARKETING DELLE IMPRESE DI SUCCESSO



VI edizione

aprile  
giugno 2009



## DOCENTI

Prof. LUIGI CANTONE  
*Professore Ordinario di Marketing e Strategie d'Impresa*  
 Facoltà di Economia  
 Università degli Studi di Napoli Federico II

Dr. PAOLO CALVOSA  
*Ricercatore Economia e Gestione delle Imprese*  
 Facoltà di Economia  
 Università degli Studi di Napoli Federico II

Dr. MARCELLO RISITANO  
*Professore a contratto di Marketing*  
*Dottore di Ricerca in Scienze Aziendali*  
 Facoltà di Economia  
 Università degli Studi di Napoli Federico II

Dr. PIERPAOLO TESTA  
*Dottore di Ricerca in Scienze Aziendali*  
 Facoltà di Economia  
 Università degli Studi di Napoli Federico II

## TESTIMONIANZE AZIENDALI

DR. VINCENZO APORTA  
*Private Banking*  
 CARIPARMA CREDIT AGRICOLE S.p.A.

Dr. DAVIDE BASILE  
*Web Marketing Manager*  
 AD MAIORA S.p.A.

Dr. PIERLUIGI GIARRUSSO  
*Brand Development Manager Mulino Bianco*  
 BARILLA S.p.A.

Ing. MAURIZIO MARESCA  
*Direttore Generale*  
 KITON S.p.A.

Dr. FRANCESCO PONTICELLI  
*Head of Branded Content and Internet Discovery*  
 VODAFONE ITALY

# IL MARKETING DELLE IMPRESE DI SUCCESSO

## PROGRAMMA

### ● venerdì 24 aprile, 15.00-19.00

Prof. LUIGI CANTONE  
 Creazione di valore per i clienti.  
 Il processo di *marketing management*.

### ● mercoledì 29 aprile, 15.00-19.00

Prof. LUIGI CANTONE  
 Il comportamento d'acquisto del consumatore:  
 fasi, modelli e strumenti di analisi.  
*Esercitazione - Misurazione della risposta cognitiva,  
 affettiva e comportamentale.*

### ● mercoledì 6 maggio

15.00-18.00 Dr. MARCELLO RISITANO  
 Il processo di macro e micro-segmentazione del mercato:  
 attrattività e scelta del segmento *target*.  
 18.00-19.00 Dr. VINCENZO APORTA  
*Testimonianza Aziendale - Segmentazione del mercato nel  
 settore bancario: il caso Cariparma Credit Agricole.*

### ● venerdì 8 maggio

15.00 -18.00 Dr. MARCELLO RISITANO  
 Il posizionamento competitivo dei sistemi d'offerta.  
 Le strategie competitive delle imprese: opzioni di  
 sviluppo e monitoraggio delle *performance*.  
 18.00 - 19.00 Ing. MAURIZIO MARESCA  
*Case History - Le strategie competitive delle imprese nel  
 settore moda: il caso Kiton S.p.A.*

### ● venerdì 15 maggio, 15.00-19.00

Dr. PIERPAOLO TESTA  
 Il ruolo delle strategie di *pricing* nelle scelte di *marketing*  
 delle imprese: opzioni e metodi di determinazione.  
*Case History - Strategie competitive nel settore delle  
 compagnie aeree low-cost: il caso Ryanair.*

### ● venerdì 22 maggio

15.00-18.00 Dr. MARCELLO RISITANO  
 La gestione del portafoglio prodotti: concetti, azioni e  
 strumenti di analisi. La creazione ed il lancio di nuovi  
 prodotti sul mercato.  
 18.00-19.00 Dr. PIERLUIGI GIARRUSSO  
*Testimonianza Aziendale - La nascita, lo sviluppo ed il lancio  
 di nuovi prodotti nel settore alimentare: il caso Barilla S.p.A.*

### ● venerdì 29 maggio

15.00-18.00 Dr. MARCELLO RISITANO  
 La gestione strategica della marca nella prospettiva  
 relazionale.  
 18.00-19.00 Dr. FRANCESCO PONTICELLI  
*Testimonianza Aziendale - La gestione del valore della  
 marca on-line: il caso Vodafone live!*

### ● venerdì 5 giugno, 15.00-19.00

Dr. PAOLO CALVOSA  
 Le strategie distributive: tipologia di canale e gestione dei  
 punti vendita  
*Case History - Le caratteristiche dei punti vendita nel settore  
 dell'alta moda.*

### ● venerdì 12 giugno

15.00-18.00 Dr. MARCELLO RISITANO  
 La gestione della *customer experience* nelle dinamiche  
 competitive dell'impresa moderna: dal marketing al  
*social marketing*.  
 18.00-19.00 Dr. DAVIDE BASILE  
*Testimonianza Aziendale - Marketing 2.0. Strategie e  
 strumenti di comunicazione per un nuovo approccio al  
 mercato.*

# IL MARKETING

## DELLE IMPRESE DI SUCCESSO

### SCHEDA DI ISCRIZIONE

La scheda di iscrizione debitamente compilata dovrà essere inviata entro e non oltre il 22 aprile 2009,  
per fax (081.665678)  
o via e-mail ([collegio.villalta@tiscali.it](mailto:collegio.villalta@tiscali.it))

Cognome.....

Nome.....

Data e luogo di nascita.....

Indirizzo.....

Cap..... Città.....

Telefono.....

e-mail.....

Università.....

Facoltà.....

anno di frequenza.....

n° di esami sostenuti.....su.....

media riportata.....

*Autorizzo il trattamento dei miei dati personali ai sensi della legge 675/96 per comunicazioni concernenti il corso di marketing o per altre iniziative culturali dell'I.P.E.*

Firma.....

*Per la partecipazione al corso è richiesto un contributo di € 120,00 da corrispondere alla segreteria organizzativa a titolo di rimborso spese.*