



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI
BERGAMO

Corso di
MARKETING AVANZATO
Struttura, avvisi e warm-up

Prof. Giuseppe Pedeliento

Prof. Daniela Andreini

22 Febbraio 2017

Struttura del corso

CONSUMER BEHAVIOR (CCT): Giuseppe Pedeliento (32 ore)

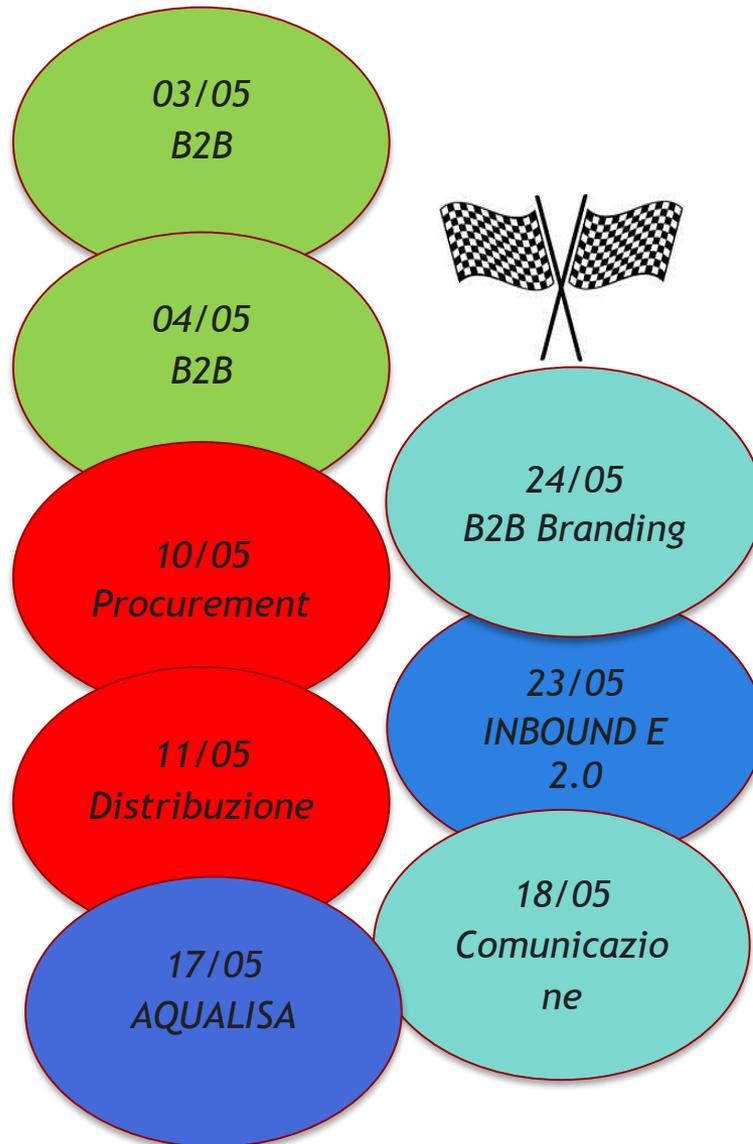
- Fenomeno di consumo
- Prodotti
- Brand
- Il consumo come fenomeno collettivo
- Il ruolo del market
- Il ruolo dei consumatori nella nuova economia
- & more

INDUSTRIAL MARKETING: Daniela Andreini (16 ore)

- Caratteristiche del marketing industrial
- Industrial marketing & Business relationships
- Il brand in ambito industrial
- Distribuzione
- & more



Roadmap: B2B



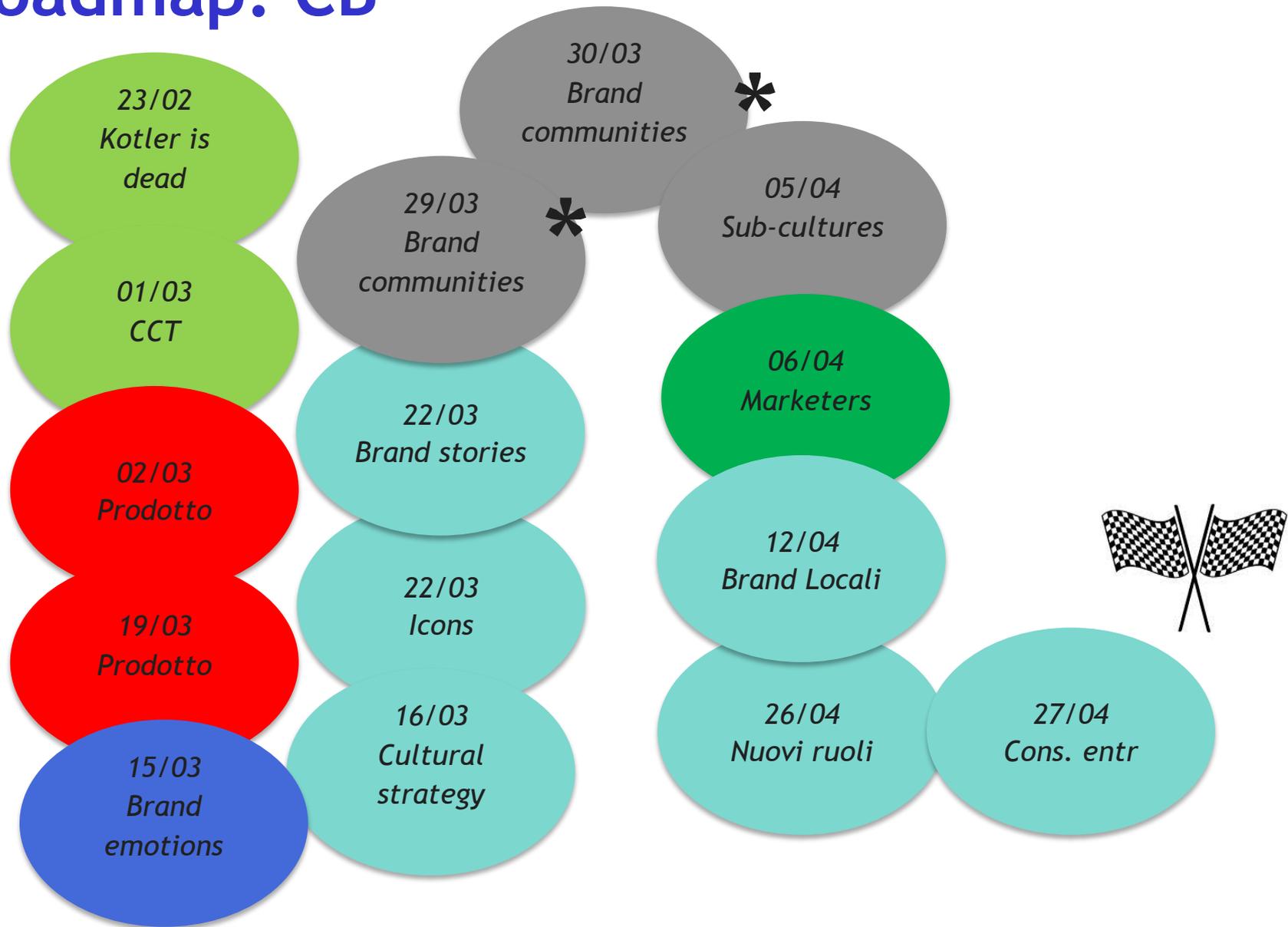
Modulo B2B

Buone pratiche e modalità di frequenza

- Agli studenti è richiesto di leggere gli articoli assegnati prima delle lezioni
- Tutti i materiali sono caricati nell'e-learning del corso
- Le slide delle lezioni verranno caricate di volta in volta
- Gli assignment saranno svolti in gruppo o individualmente
- Le deadline saranno date dal docente e non sono negoziabili



Roadmap: CB



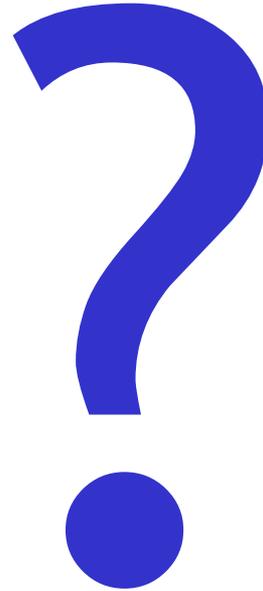
Modulo consumer behavior

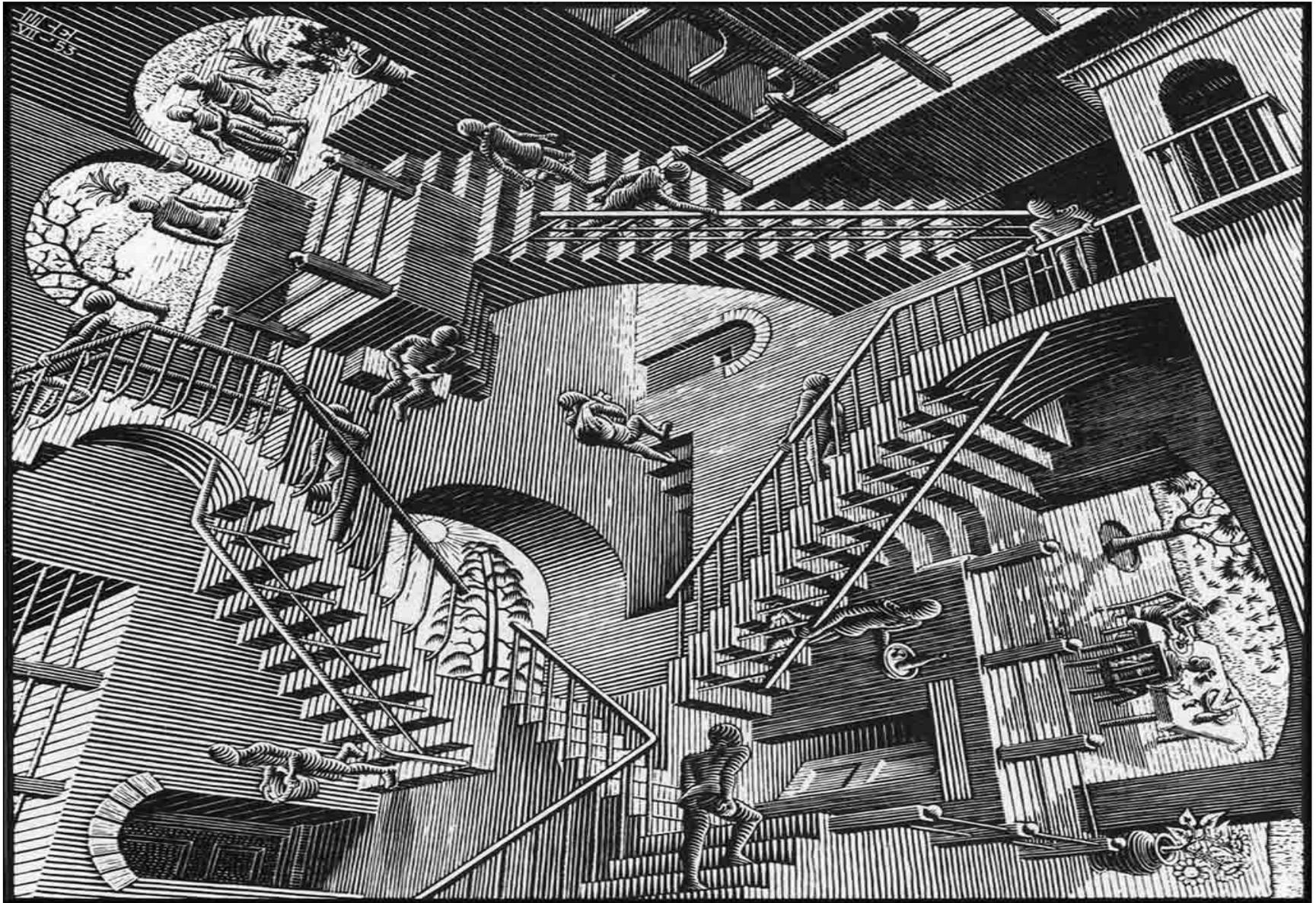
Buone pratiche e modalità di frequenza

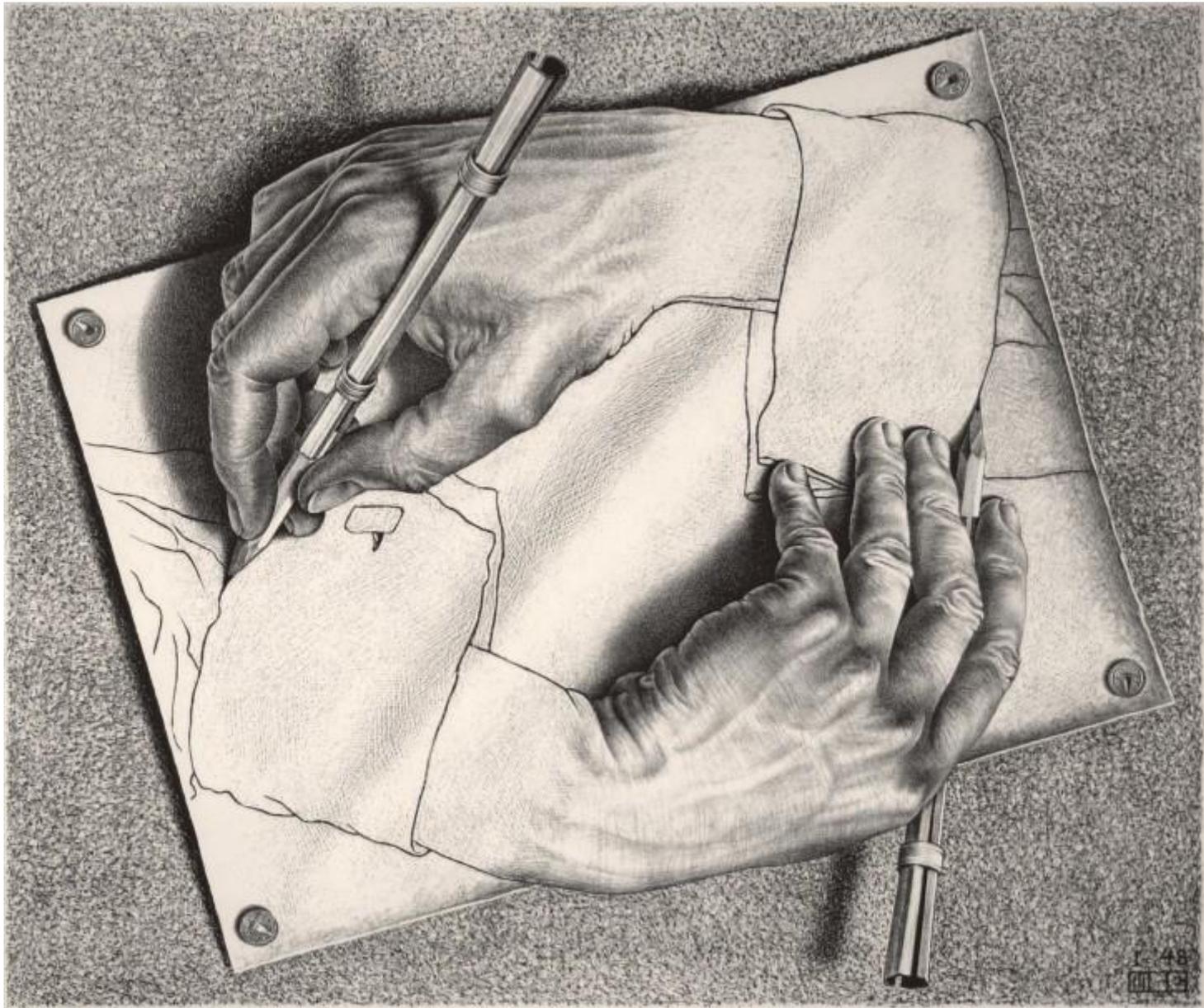
- Agli studenti è richiesto di leggere gli articoli assegnati prima delle lezioni
- Tutti i materiali sono caricati nell'e-learning del corso
- Le slide delle lezioni verranno caricate di volta in volta
- Le testimonianze calendarizzate sono obbligatorie
- Reattività, partecipazione, dialogo e confronto



Marketing









Keywords (e dicotomie)

- Sociologia/psicologia
- Moderno/post-moderno
- Consumo/produzione
- Filosofia/economia
- Struttura/agenzia
- Identità/immagine
- Brand/impresa
- Ieri/oggi
- Locale/globale

