**Marketing delle biosolution**

*ECON-07/A Economia e gestione delle imprese*

PROF. EDOARDO FORNARI

***OBIETTIVO DEL CORSO E RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI***

Il corso è finalizzato a fornire agli studenti le conoscenze e le competenze necessarie per sviluppare e implementare strategie di marketing specifiche per il settore delle biosolution. I partecipanti apprenderanno come elaborare un piano di marketing strategico e operativo, utilizzare strumenti di marketing analitico per pianificare efficacemente l’offerta commerciale, e definire scelte di portafoglio-prodotti e branding adeguate. Inoltre, il corso si concentrerà sulle attività di comunicazione e promozione, analizzando l’impiego sinergico dei media tradizionali e digitali e sviluppando competenze nel content marketing, con particolare attenzione agli elementi distintivi delle biosolution. Al termine del percorso formativo, gli studenti saranno in grado di progettare strategie di marketing strutturate, applicabili al contesto delle biosolution, contribuendo all’innovazione e alla competitività delle aziende operanti in tale ambito.

### ***PROGRAMMA DEL CORSO***

|  |  |
| --- | --- |
| **Argomenti** | CFU |
| Il marketing delle biosolution: Piano di marketing strategico e operativo; marketing analitico e pianificazione di marketing; scelte di portafoglio-prodotti/branding; attività di comunicazione/promozione; content marketing  | 2 |
| Project work  | 1 |

***BIBLIOGRAFIA***

Il materiale bibliografico verrà indicato durante il corso. Il materiale didattico e eventuali ulteriori approfondimenti di argomenti saranno disponibili sulla piattaforma Blackboard.

***DIDATTICA DEL CORSO***

* Lezioni frontali in aula con l’ausilio di presentazioni power point e filmati, con tempo dedicato a domande e richieste di chiarimento e/o approfondimento.
* Seminari con esperti per l’approfondimento di temi specifici di particolare attualità.
* Project work

***METODO E CRITERI DI VALUTAZIONE***

L’esame finale è in forma scritta e si basa su tre domande aperte finalizzate a valutare la capacità degli studenti di applicare in modo critico le conoscenze acquisite. Le domande vengono formulate in modo tale da verificare non soltanto la capacità di apprendimento dello studente, ma anche la sua autonomia di giudizio e abilità comunicativa. L’esame scritto concorre alla valutazione finale nella misura del 70%, mentre il *project work* concorre alla valutazione finale nella misura del 30%.

***Avvertenze e prerequisiti***

L’insegnamento non necessità di prerequisiti particolari relativi alle tematiche del marketing management. Si presuppone comunque interesse e curiosità intellettuale nei confronti di tali tematiche.