

## INDICE

---

Introduzione	vii
Una breve storia delle business school	viii
Quindi è utile frequentare una business school?	ix
Come usare questo libro	x
Quali sono i contenuti di un MBA in marketing e a cosa può servire?	xi
Come è organizzato questo libro e come usarlo	xv
Risorse didattiche aggiuntive	xvi
Capitolo 1 – Introduzione al marketing	1
Comprendere i mercati	2
Il marketing nell’era di Internet	3
Corsi video e conferenze online	13
Casi di studio video online	13
Capitolo 2 – Comportamento degli acquirenti	15
Comprendere i clienti	18
Caratteristiche, vantaggi e prove	22
Ricerche di mercato	23
Segmentazione del mercato	32
Cosa è possibile ottenere con la segmentazione del mercato	43
Corsi video e conferenze online	47
Casi di studio video online	47
Capitolo 3 – Strategia di marketing	49
Ideare la strategia di marketing: una panoramica	52
Ottenere la misura dei mercati	63
Brand	68
Marketing mix	71
Scopo strategico	79
Corsi video e conferenze online	83
Casi di studio video online	83
Capitolo 4 – Prodotti e servizi	85
Categorie di prodotti generiche	89
Ciclo di vita del prodotto/servizio	91

Qualità	96
Corsi video e conferenze online	101
Casi di studio video online	102
Capitolo 5 – Pubblicità e promozione	103
Le regole della pubblicità	104
Siti web e presenza su Internet	112
Monitorare il traffico sul sito web	114
Vendita	121
Corsi video e conferenze online	124
Casi di studio video online	125
Capitolo 6 – Posto e distribuzione	127
Strutture dei canali	128
Canali di distribuzione	132
Logistica	136
Outsourcing	143
Corsi video e conferenze online	148
Casi di studio online	149
Capitolo 7 – Prezzi	151
Teoria economica e strategia di determinazione dei prezzi	152
Strategie di determinazione dei prezzi: opzioni di marketing	158
Obiettivi della determinazione dei prezzi	162
Esaminare prodotti e servizi	162
Corsi video e conferenze online	166
Casi di studio video online	166
Capitolo 8 – Persone: gestire l'organizzazione di marketing	169
Strategia di marketing: struttura, persone e sistemi	170
Strutture: le opzioni	171
Persone	184
Sistemi	185
Cultura	190
Comportamento organizzativo	195
Corsi video e conferenze online	201
Casi di studio video online	202
Capitolo 9 – Matematica per il marketing	203
Ricerca e analisi quantitative	204
Previsioni	209
Sondaggi e dimensione del campione	212
Operazioni di marketing	213
Corsi video e conferenze online	217
Casi di studio online	218
Capitolo 10 – Il marketing e la legge	219
Norme commerciali	220
Legislazione in materia di occupazione	222
Proprietà intellettuale	223
L'etica nel marketing	229

Corsi video e conferenze online	235
Casi di studio video online	236
Capitolo 11 – Piani di marketing e budget	237
Definizione dei piani di marketing: strumenti e tecniche	237
Piani di marketing e business plan	241
Budget e scostamenti	247
Corsi video e conferenze online	250
Casi di studio video online	250
Capitolo 12 – Nozioni fondamentali di contabilità e finanza per il marketing	253
Contabilità	253
Finanze	272
Decisioni relative ai prezzi e rapporto con costi, volume e profitti	283
Crowdfunding	291
Decisioni di investimento nel marketing	296
Corsi video e conferenze online	300
Casi di studio video online	300