



# CORSO TEORICO-PRATICO DI MARKETING PER NON MARKETERS



ORGANIZZATO DALL'UNIVERSITÀ DELLA TERZA ETÀ-ERBA  
CON IL PATROCINIO DELLA CITTÀ DI ERBA

**DOCENTE**

**DR. UMBERTO FILIPPI**

**IL CORSO A NUMERO CHIUSO È RIVOLTO A TUTTI – IN PARTICOLARE AI GIOVANI – CHE  
DESIDERANO CONOSCERE ED APPROFONDIRE I PROCESSI E LE ANALISI CHE PRECEDONO  
QUALSIASI AVVIO DI ATTIVITÀ ECONOMICHE «PROFIT» E NON «PROFIT» DI SUCCESSO**

IL CORSO DELLA DURATA DI 42 ORE INIZIERÀ **16 IN GENNAIO 2023** CON UNA CADENZA  
BISETTIMANALE DI DUE ORE IL LUNEDÌ ED IL MERCOLEDÌ DALLE ORE 19:00 ALLE 21:00

*a conclusione del corso verrà rilasciato un attestato di partecipazione*

**Per informazioni ed iscrizioni :**

**TEL. Cell. 327 0048127 – 340 2279120**

**e- mail: [info@UTE-erba.it](mailto:info@UTE-erba.it)    [www.ute-erba.it](http://www.ute-erba.it)**

**ANNO ACCADEMICO 2022-2023**



# CORSO DI MARKETING PER NON MARKETERS



## OBIETTIVI

Ai partecipanti saranno erogati i principi base del marketing attraverso un percorso che parte dai bisogni dell'uomo, dai suoi desideri e dalle sue domande e che vede la soddisfazione di tutto questo attraverso l'offerta di prodotti o servizi caratterizzati da diversi livelli di qualità. I partecipanti potranno comprendere la definizione di mercato e le leve del marketing mix che consentono di interagire con esso. Particolare accento verrà posto alla comunicazione per la quale è richiesta la comprensione delle sue diverse articolazioni. Saranno presentati e discussi gli elementi essenziali della composizione di un piano di marketing e i parametri di un suo controllo. Infine i partecipanti potranno esercitarsi in gruppi, sullo sviluppo di progetti con relativo Business Plan, conto economico e discussione finale.

## PROGRAMMA

Cos'è il Marketing: Bisogni, Teoria di Maslow, Teoria di Herzberg, Bisogni, Desideri,, La generazione della Domanda, Prodotti e Servizi, Valore e Soddisfazione, la Qualità, il Mercato, Il Marketing Strategico, Il Modello di Abell, Il modello di Porter, Analisi del Consumatore, Le indagini di mercato, L'analisi PEST, Analisi La Segmentazione, Il Targeting, Il Posizionamento, Il Marketing Operativo/Marketing Mix, Il Prodotto, La Marca/Brand, La Brand Equity, Il Prezzo, La Promozione/Comunicazione, I Fondamentali della Comunicazione, la Pubblicità, la Vendita Personale, la Promozione delle Vendite, le Pubbliche Relazioni, Il Piano di Marketing: Dati di Base del Prodotto, La curva ABC, , La matrice di Boston, La matrice di Ansoff, Ciclo di Vita del prodotto, Combinazione Prodotto/Mercato, La SWOT analisi, Obiettivi, Piani d'Azione, Conto Economico di Prodotto, Margine di contribuzione, Redditività, Break- Even Point, Gli Indici di Mercato: la Variazione Percentuale, la Distribuzione Percentuale, la Quota di Mercato, l'Indice di Penetrazione, l'Indice di Evoluzione, l'Indice di Performance, I Servizi Territoriali: Nielsen, IMS, ITS, Microaree. Il business Plan



Il Dr. Umberto Filippi attualmente docente di marketing e consulente industriale ha maturato una lunga esperienza nell'industria farmaceutica sia nazionale che internazionale con responsabilità via via crescenti nei settori di ricerca, sviluppo, produzione, marketing e vendite di prodotti farmaceutici e di largo consumo, fino a ricoprire le cariche di Direttore Generale ed Amministratore Delegato. La sua esperienza si è arricchita inoltre di importanti incarichi di rappresentanza a livello europeo dell'associazione degli Industriali come Vicepresidente della AESGP e Direttore della Commissione Affari Economici della stessa associazione. Unitamente alla sua attività lavorativa, dal 1999 è chiamato come Docente da alcune Università Italiane a tenere corsi di Marketing e lezioni su tematiche legate al mondo del lavoro.