



Università degli Studi di Padova

Psicologia

| [Webmail](#) | [Mappa](#) | [Credits](#) | [Scrivici](#)

Giovedì 20 Febbraio 2014

[» DPG](#) [» DPSS](#) [» DPA](#) [» BIBLIOTECA](#) [» SICI](#) [» LIRIPAC](#) [» TUTORATO](#) [» SAP](#) [» TIROCINI](#)

Area riservata ai docenti

Utente Password

[» Entra](#)
[» Problemi di password](#)

► Psicologia

> Offerta formativa 2012/13

[» Lauree triennali N.O. DM 17/2010](#)

[» Lauree magistrali N.O. DM 17/2010](#)

[» Lauree triennali DM 270/04](#)

> Offerta formativa 2011/12

> Offerta formativa 2010/11

> Offerta formativa 2009/10

> Offerta formativa 2008/09

► Organizzazione e strutture

► Studiare a psicologia

► Personale

► Comunicazioni

► Documenti online

► Link utili

> Specializzazione

► Bandi

Home / Offerta formativa / Elementi di marketing e comunicazione

ELEMENTI DI MARKETING E COMUNICAZIONE

M-PSI/06, 2^o anno, 6 crediti

Corsi di laurea / indirizzi:

> Lauree triennali N.O. DM 17/2010 / [Scienze psicologiche sociali e del lavoro \(L-3\)](#)

Prof. Falco Alessandra

[Sede e calendario lezioni](#)

Lingua d'insegnamento

Italiano

Obiettivi formativi

Il corso è finalizzato ad approfondire i temi di base relativi al marketing, con particolare riferimento al marketing sociale, in una prospettiva di centralità della persona, sostenibilità e salvaguardia dei principi etici d'impresa.

Prerequisiti

Nessuno.

Contenuto dell'attività formativa

Analisi del contesto: variabili sociali, economiche, culturali; evoluzione e campi di applicazione del marketing; il piano di marketing management; i mix di marketing tradizionali ed emergenti; dal marketing al marketing sociale e della sostenibilità.

Testi di riferimento

Kotler, P. (2011). Il marketing secondo Kotler. Milano: Il Sole 24 ORE.
Materiali forniti dal docente.

Metodi di insegnamento

Le lezioni, che vertono sugli argomenti elencati nel programma trattati nei loro aspetti generali, saranno affiancate da discussioni ed approfondimenti. Particolare attenzione verrà riservata agli aspetti di merito e metodologici di alcune ricerche sul campo ritenute particolarmente significative.

Modalità di valutazione

Tipo esame: Scritto

Esame scritto: Domande aperte

Note

Si accettano deleghe soltanto per documentati motivi comunicati e accettati preventivamente dal docente.

COMUNICAZIONI AGLI STUDENTI (a cura del docente)

Nessuna comunicazione disponibile.

